Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija - smjer Menadžerska informatika

ServiceLink – Digitalna platforma za naručivanje kućnih i tehničkih usluga

Projekt

Autori: Michela Brešan, Leonarda Škarica, Anamarija Cvetković

Kolegij : Elektroničko poslovanje

Zagreb, travanj, 2026

SADRŽAJ

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja
1.3. Sadržaj i struktura rada
1.4. Kratki opis poslovnog modela

2. OPIS PROJEKTA

2.1. Detaljan opis projekta
2.2. Organizacija projekta
2.3. Strateška osnova projekta
2.3.1. Misija
2.3.2. Vizija
2.3.3. Ciljevi projekta
2.4. Inovacije
2.4.1. Popis inovacija projekta
2.4.2. Opis inovacija koje projekt sadrži
2.5. Konkurencija
2.5.1. Popis glavnih konkurenata
2.5.2. Opis glavnih konkurenata
2.5.3. Sličnosti i različitosti s postojećim projektima na tržištu
2.5.4. Konkurentska prednost projekta

3. DIGITALNI POSLOVNI MODEL

3.1. Najvažniji poslovni partneri
3.1.1. Popis najvažnijih poslovnih partnera
3.1.2. Opis najvažnijih poslovnih partnera
3.2. Vrijednosti (ponuda) poslovnog modela
3.3. Najvažnije aktivnosti za isporuku vrijednosti
3.4. Ključni resursi
3.5. Kategorije klijenata
3.5.1. Popis glavnih kategorija klijenata
3.5.2. Detaljan opis glavnih klijenata
3.5.3. Tržišta i jezik Web stranica
3.5.4. Registracija klijenata
3.5.5. Pogodnosti za registrirane klijente
3.6. Upravljanje odnosima s klijentima
3.7. Kanali poslovanja
3.8. Struktura troškova
3.8.1. Početni troškovi razvoja projekta
3.8.2. Mjesečni troškovi održavanja projekta
3.9. Modeli stvaranja prihoda
3.9.1. Popis modela stvaranja prihoda
3.9.2. Opis svakog pojedinog modela

4. DIGITALNE TEHNOLOGIJE

4.1. Mobilne tehnologije

4.1.1. Način mobilnog elektroničkog poslovanja projekta
4.1.2. Opis aplikacije za pametne mobilne telefone
4.1.3. Detaljan opis funkcionalnosti mobilne aplikacije
4.1.4. Grafički prikaz funkcionalnosti
4.1.5. Mogućnost mobilnog oglašavanja
4.2. Društvene mreže
4.3. Računarstvo u oblaku
4.4. Veliki podaci (Big data)
4.5. Senzori i Internet stvari (IoT)
4.6. 3D printeri
4.7. Robotika
4.8. Dronovi
4.9. Virtualna i proširena stvarnost
4.10. Umjetna inteligencija

5. DIGITALNI MARKETING

5.1. Marketinški plan projekta
5.2. Ključne riječi za platformu
5.3. Google Ads oglas
5.4. Oglašavanje na društvenim mrežama
5.5. Tablica marketinškog plana

6. DIGITALNO PLAĆANJE

6.1. Popis oblika digitalnog plaćanja
6.2. Opis oblika digitalnog plaćanja
6.2.1. Oblik digitalnog plaćanja 1 – plaćanje debitnim i kreditnim karticama
6.2.2. Oblik digitalnog plaćanja 2 – plaćanje putem mobilnog bankarstva
6.2.3. Oblik digitalnog plaćanja 3 – plaćanje putem digitalnih novčanika
6.2.4. Oblik digitalnog plaćanja 4 – plaćanje putem internetskog bankarstva
6.2.5. Oblik digitalnog plaćanja 5 – plaćanje poslovnim računom za pravne osobe
6.3. Blockchain tehnologija

7. SWOT ANALIZA PROJEKTA

8. WEB MJESTO PROJEKTA

8.1. Web poslužitelji i domene
8.1.1. Web poslužitelji projekta
8.1.2. Web domene projekta
8.2. CMS sustav
8.2.1. Popis mogućih CMS sustava za projekt

8.2.2. Opis CMS sustava projekta
8.3. Web stranice projekta
8.3.1. Struktura Web stranica projekta
8.3.2. Mapa Web stranica projekta (Sitemap)
8.3.3. Opis strukture Web stranica projekta
9. ZAKLJUČAK
10. POPIS LITERATURE
11. POPIS WEB LINKOVA
12. POPIS SLIKA I TABLICA
13. ŽIVOTOPIS
14. SAŽETAK
15. PRILOZI

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada je razvoj digitalne platforme ServiceLink koja povezuje korisnike s provjerenim pružateljima kućnih i tehničkih usluga na jednom mjestu. U radu se prikazuje kako digitalna rješenja mogu olakšati pronalazak pouzdanih majstora i smanjiti vrijeme potrebno za traženje usluga.

Cilj rada je prikazati način na koji ovakva platforma može unaprijediti postojeće tržište usluga kroz veću transparentnost, sigurnost i jednostavnost korištenja.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja

Za izradu ovog rada korišteni su javno dostupni internetski izvori te web stranice sličnih digitalnih platformi i potencijalnih partnera. Pregledane su osnovne funkcionalnosti postojećih platformi kako bi se dobio uvid u način rada sustava za naručivanje kućnih i tehničkih usluga. Posebna pažnja posvećena je načinu organizacije usluga, korisničkom sučelju te procesu naručivanja usluga.

Tijekom izrade projekta korišteni su alati za dizajn i izradu prototipa web stranice i mobilne aplikacije. Prikupljene informacije poslužile su kao temelj za oblikovanje strukture platforme ServiceLink, definiranje njezinih funkcionalnosti te razvoj poslovnog modela.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad je podijeljen u više poglavlja koja zajedno prikazuju razvoj platforme ServiceLink.. U uvodnom dijelu definira se predmet i cilj rada , uz prikaz korištenih izvora podataka i metode prikupljanja informacija.

Nakon uvoda, rad se fokusira na opis projekta, gdje se objašnjava funkcionalnost platforme, način njezina korištenja te organizacija razvoja. U ovom dijelu projekta obrađuju se i strateški elementi projekta, uključujući misiju, viziju i ciljeve, kao i inovacije koje ServiceLink donosi na tržište.

U nastavku se analizira konkurencija i uspoređuju postojeća rješenja na tržištu , čime se nastoji prikazati pozicija projekta na tržištu te njegove prednosti u odnosu na slične platforme.

Sljedeći dio rada bavi se digitalnim poslovnim modelom, pri čemu se razmatraju ključni partneri, korisnici, izvori prihoda, struktura troškova te načini stvaranja i isporuke vrijednosti.

U završnim dijelovima rada obrađuju se digitalne tehnologije koje se koriste u projektu, kao i strategije digitalnog marketing i digitalnog plaćanja. Rad završava Swot analizom, opisom web mjesta projekta te zaključkom.

1.4. Kratki opis poslovnog modela

ServiceLink platforma djeluje kao posrednik između korisnika i provjerenih pružatelja kućnih i tehničkih usluga. Omogućuje jednostavno pretraživanje, usporedbu i naručivanje usluga putem web stranice i mobilne aplikacije. Poseban naglasak stavljen je na sigurnost , budući da svi pružatelji prolaze proces verifikacije i ocjenjivanja. Također platforma omogućuje pružateljima usluga učinkovitiji pristup tržištu te optimizaciju poslovanja kroz digitalne alate. Dugoročno ServiceLInk doprinosi modernizaciji tržišta usluga kroz veću transparentnost, kvalitetu i dostupnost.

2. OPIS PROJEKTA

2.1. Detaljan opis projekta

ServiceLink je digitalna platforma koja rješava neorganiziranost na tržištu kučnih i tehničkih usluga. Korisnici često nemaju jedno mjesto na kojem mogu probaći, usporediti i naručiti usluge, već se oslanjaju na preporuke, oglasnike ili društvene mreže, što dovodi to gubitka vremena i nesigurnosti u kvalitetu usluge.

Platforma ServiceLink objedinjuje različite usluge koje su raspoređene u nekoliko kategorija, poput kućanskih usluga (npr. čišćenje stanova, pranje tepiha), tehničkih usluga (servis klima uređaja, računala i kućanskih aparata), građevinskih i montažnih usluga (montaža namještaja, manji popravci, elektroinstalacije) te ostalih usluga poput dostave.

Korištenje platforme odvija se kroz jednostavan proces koji uključuje registraciju korinika, pretragu i odabir željene usluge, dodjelu pružatelja putem algoritma, naručivanje i plaćanje te na kraju ocjenjivanje pružene usluge. Na taj način se osigurava jednostavnije i preglednije korištenje usluga.

Pružatelji usluga prolaze korz proces verifikacije prije korištenja platforme, čime se povećava razina sigurnosti za korisnika. Sustav je razvijen na cloud infrastrukturi koja omogućuje siguran i stabilan rad, a svi podaci se pohranjuju u zaštićenoj bazi podataka uz enkriptiranu komunikaciju.

2.2. Organizacija projekta

Organizacija projekta ServiceLink razvija se kroz nekoliko faza koje zajedno čine proces planiranja, izrade i pokretanja platforme.

Prva faza obuhvaća istraživanje i planiranje projekta. U ovoj fazi provodi se analiza tržišta i postojećih rješenja, definiraju se potrebe korisnika te se oblikuje osnovni koncept platforme. Također se određuju ciljevi projekta i zahtjevi za razvoj sustava.

Druga faza odnosi se na razvoj platforme. U ovoj fazi se izrađuje web i mobilna aplikacija, razvija se baza podataka te se implementiraju osnovne funkcionalnosti poput registracije, pretraživanja usluga, naručivanja i sustava ocjenjivanja. Paralelno se postavlja tehnička infrastruktura sustava.

Treća faza uključuje testiranje sustava i provjeru kvalitete. Testira se funkcionalnost platforme, stabilnost sustava i sigurnost podataka, a manja skupina korisnika sudjeluje u testiranju kako bi se prikupile povratne informacije i uklonili nedostatci.

Četvrta faza odnosi se na lansiranje platforme i početak marketinških aktivnosti. U ovoj fazi platforma počinje s radom, uključuu se prvi pružatelji usluga te se promovira putem digitalnih kanala.

Peta faza odnosi se na daljnji razvoj platforme. Na temelju povratnih informacija korisnika uvode se poboljšanja i nove funkcionalnosti te se planira širenje na nova tržišta.

Projektni tim sastoji se od članova zaduženih za razvoj sustava, marketing i korisničku podršku. Svaki član tima ima svoju ulogu u razvoju i održavanju platforme. Po potrebi se uključuju i vanjski suradnici za specifične tehničke zadatke.

2.3. Strateška osnova projekta

2.3.1. Misija

Misija platforme ServiceLink je olakšati ljudima pronalazak poduzdanih majstora i usluga na jednom mjestu. Cilj je da korisnici brzo i jednostavno mogu pronaći provjerene pružatelje usluga bez gubljenja vremena na razne oglase i preporuke. Također, platforma pomaže pružateljima usluga da lakše dođu do novih klijenata i organiziraju svoje poslovanje.

2.3.2. Vizija

Vizija ServiceLinka je postati jedna od vodećih platformi za pronalazak kućnih i tehničkih usluga u Hravtskoj. Cilj je razviti jednostavan i pouzdan sustav koji korisnicima omogućuje brzo pronalaženje kvalitetnih usluga, a pružateljima usluga stabilan i organiziran način dolaska do klijenata.

Platforma se temelji na povjerenju, kvaliteti usluge, jednostavnom korištenju te stalnom unapređenju kroz nove tehnologije.

2.3.3. Ciljevi projekta

U početnoj fazi cilj je razviti i uspješno pokrenuti funkcionalnu verziju platforme ServiceLink. Fokus je na stabilnosti sustava koji omogućuje registraciju korisnika i pružatelja usluga, pretraživanje i naručivanje usluga te ocjenjivanje. Također, cilj je privući prve pružatelje usluga i korisnike te osigurati da platforma bude jednostavna za korištenje i pouzdana u radu. U ovoj fazi naglasak je na testiranju, poboljšanjima i stvaranju početne baze korisnika.

Dugoročno je cilj postepeno širiti platformu na veće gradove u Hrvatskoj, te povećati broj korisnika i pružatelja usluga. Planira se kontinuirano unapređivanje platforme na temelju povratnih informacija korisnika te dodavanje novih funkcionalnosti koje će poboljšati korisničko iskustvo. U kasnijoj fazi moguće je razmatrati i širenje na nova tržišta, ovisno o razvoju projekta i interesu korisnika.

Krajnji cilj je da ServiceLink postane prepoznatljiva i pouzdana platforma za pronalazak usluga.

2.4. Inovacije

2.4.1. Popis inovacija projekta

Projekt ServiceLink donosi nekoliko ključnih inovacija. Prva inovacija je sustav za pametno preporučivanje pružatelja usluga koji korisnicima olakšava odabir najprikadnije osobe za određenu uslugu.

Druga inovacija je povezivanje s pametnim uređajima (IoT) koje omogućuje lakše i brže prijavljivanje kvarova.

Treća inovacija je fleksibilno određivanje cijena prema potražnji i dostupnosti, čime se cijene prilagođavaju stvarnim uvjetima na tržištu.

Četvrta inovacija je sustava nagrađivanja i lojalnosti korisnika koja potiče aktivnije korištenje platforme i ostavljanje povratnih informacija.

Peta inovacija je edukacija i provjera pružatelja usluga kroz digitalne simulacije, čime se nastoji osigurati viša razina kvalitete usluge.

2.4.2. Opis inovacija koje projekt sadrži

Sustav za pametno preporučivanje pružatelja usluga predstavlja jednu od ključnih značajki platforme ServiceLink. Za razliku od klasičnih rješenja koja korisnicima prikazuju samo pois dostupnih pružatelja, ovaj sustav analizira više različitih čimbenika kako bi predložio najprikladniju osobu za određenu uslugu. U obzir se uzimaju lokacija, ocjene i recenzije, specijalizacija pružatelja, dostupnost te prethodno iskustvo. Na taj način korisniku se olakšava i ubrzava odabir odgovarajuće usluge.

Povezivanje s pametnim uređajima (IoT) omogućuje jednostavnije i brže prijavljivanje kvarova. Korisnici koji koriste kompatibilne uređaje mogu ih povezati s platformom, nakon čega sustav može zaprimiti osnovne informacije o mogućem problemu. Na temelju tih podataka korisniku se može predložiti odgovarajući pružatelj usluge te okvirna procjena troška popravka.

Fleksibilno određivanje cijena temelji se na promjenjivim uvjetima na tržištu. Cijene se prilagođavaju na temelju potražnje, dostupnosti pružatelja usluga, hitnosti zahtjeva i lokaciji korisnika. Ovakav pristup omogućije realnije formiranje cijena te bolju ravnotežu između korisnika i pružatelja usluga.

Sustav nagrađivanja i lojalnosti korisnika potiče aktivnijie korištenje platforme i ostavljanje povratnih informacija. Korisnici korištenjem platforme i ostavljanjem recenzija mogu ostvariti određene pogodnosti poput popusta ili drugih benefits, lime se potče veća angažiranost i povjerenje u platformu.

Edukacija i provjera pružatelja usluga provodi se kroz digitalne simulacije kako bi se bolje pripremili za rad na platformi. Kroz simulirane scenarije rada pružatelji se upoznaju sa standardima kvalitete i načinom rada. Nakon završetka edukacije dobivaju potvrdu koja se prikazuje na profilu i korisnicima daje dodatnu sigurnost pri odabiru usluge.

2.5. Konkurencija

2.5.1. Popis glavnih konkurenata

Na tržištu kućnih i tehničkih usluga postoji više različitih rješenja koja predstavljaju konkurenciju platformi ServiceLink.

Jedan od glavnih konkurenata je Njuškalo, koji putem internetskih oglasa omogućuje korisnicima pronalazak različitih pružatelja usluga. Značajnu konkurenciju predstavlja i MojMajstor, specijalizirana platforma koja povezuje korisnike s izvođačima građevinskih i drugih radova. Osim toga, konkurenciju čine i društvene mreže poput Facebook, na kojima korisnici često traže preporuke i kontaktiraju pružatelje usluga putem grupa i objava. Kao konkurenta može se izdvojiti i Index Oglasi, koji funkcionira kao internetski oglasnik za različite vrste usluga. Također, određeni oblik konkurencije predstavlja i Google Maps, koji korisnicima omogućuje pregled lokacija, recenzija i kontakata različitih pružatelja usluga.

2.5.2. Opis glavnih konkurenata

Njuškalo je jedan od najpoznatijih internetskih oglasnika u Hrvatskoj, putem kojeg korisnici mogu pronaći različite vrste usluga. Glavna prednost je veliki broj korisnika i široka ponuda oglasa. Ipak, nedostatak je što ne postoji sustav provjere pružatelja usluga niti jasno strukturirano uspoređivanje ponuda, što može otežati odabir.

MojMajstor je specijalizirana platforma za pronalazak majstora i izvođača radova. Korisnicima omogućuje slanje upita i primanje više ponuda, što olakšava usporedbu. Prednost ove platforme je fokusiranost na usluge i organiziraniji pristup, a nedostatak je što proces može trajati dulje i nije uvijek potpuno jednostavan za korisnike.

Facebook je društvena mreža koja se često koristi kao neformalan način traženja usluga putem grupa i objava. Njegova prednost je veliki broj korisnika i brzina dobivanja odgovora, no nedostatak je nepouzdanost informacija, nedostatak provjere pružatelja i općenita neorganiziranost sadržaja.

Index Oglasi funkcioniraju kao internetski oglasnik gdje se mogu pronaći različite usluge. Prednost je jednostavnost korištenja, ali nedostatak je izostanak sustava ocjenjivanja i sigurnosnih mehanizama za korisnike.

Google Maps omogućuje korisnicima pregled lokacija, recenzija i osnovnih informacija o pružateljima usluga. Njegova prednost su dostupne ocjene i komentari korisnika, dok je nedostatak što ne omogućuje direktno naručivanje usluge niti potpuno organiziran proces na jednom mjestu.

2.5.3. Sličnosti i različitosti s postojećim projektima na tržištu

Na tržištu već postoje različita rješenja koja na neki način povezuju korisnike s pružateljima kućnih i tehničkih usluga, pa se ServiceLink može usporediti s njima po osnovnoj funkciji. Njuškalo i Index Oglasi omogućuju objavu i pretraživanje usluga, dok platforma MojMajstor nudi specijalizirani pristup pronalaska izvođača radova. Sličan pristup može se vidjeti i kod Facebook grupa , gdje se krosinici oslanjaju na preporuke, kao i kod Google Mapsa koji nudi informacije i recenzije o pružateljima usluga.

Razlika između ServiceLinka i njegovih konkurenata je u načinu na koji se proces odvija. Kod većine postojećih platformi korisnik mora sam pretraživati ponude, uspoređivati ih i kontaktirati pružatelje, što može oduzeti dosta vremena i zahtijeva dodatni trud. ServiceLink taj proces nastoji pojednostaviti tako da korisniku aktivno predlaže najprikladnije pružatelje usluga na temelju više kriterija, poput lokacije, ocjena i dostupnosti.

U odnosu na MojMajstor, koji također omogućuje usporedbu ponuda, ServiceLink dodatno naglašava automatizaciju odabira i bržu povezanost korisnika i pružatelja usluga. To znači da platforma sama analizira podatke poput lokacije korisnika, ocjena, dostupnih pružatelja i vrste tražene usluge te na temelju toga predlaže najprikladnije opcije. Na taj način korisnik ne mora ručno pregledavati više ponuda, nego brže dolazi do rješenja.

Za razliku od Facebooka, gdje su informacije često neprovjerene i neorganizirane, ServiceLink uvodi sustav provjere pružatelja usluga i strukturiranje ocjene, što povećava pouzdanost i sigurnost korištenja.

U usporedbi s Google Mapsom, koji uglavnom služi za informativni prikaz i recenzije, ServiceLink omogućuje i direktno naručivanje usluge, čime se cijeli proces odvija na jednom mjestu, od pronalaska do rezervacije.

2.5.4. Konkurentska prednost projekta

Konkurentska prednost platforme ServiceLink temelji se na tome što objedinjuje cijeli proces pronalska i naručivanja usluga na jednom mjestu te ga čini jednostavnijim i bržim za korisnike. Dok većina postojećih platformi rješava samo dio tog procesa, ServiceLink nastoji ponuditi cjelovito rješenje.

Jedna od najvažnijih prednosti je sustav pametnog preporučivanja pružatelja

usluga. Sustav korisniku automatski predlaže najprikladnije opcije na temelju lokacije, ocjena, dostupnosti i vrste usluge, čime se smanjuje potreba za ručnim pretraživanjem i uspoređivanjem.

Također, dodatna prednost je veća razina sigurnosti i povjerenja. Svi pružatelji usluga prolaze određeni proces provjere, a kvaliteta rada de prati kroz sustav ocjenjivanja, što korisnicima olakšava donošenje odluke.

ServiceLink se razlikuje i po tome što omogućuje jednostavan tijek korištenja, od pronalsaka usluge do naručivanja i ocjenjivanja, bez potrebe za korištenjem više različitih platformi ili izvora informacija.

Zbog kombinacije automatizacije, sigurnosti i jednostavnosti korištenja, ServiceLink ima prednost u odnosu na postojeća rješenja kod kojih su pojedini dijelovi procesa odvojeni i manje prilagođeni korisničkom iskustvu.

3. DIGITALNI POSLOVNI MODEL

3.1. Najvažniji poslovni partneri

3.1.1. Popis najvažnijih poslovnih partnera

Najvažniji poslovni partneri projekta ServiceLink uključuju dobavljače i suradnike koji omogućuju razvoj, funkcioniranje i daljnji rast platforme.

Među ključnim dobavljačima ističe se IT tvrtka zadužena za razvoj i održavanje platforme, poput Infiniuma, koja osigurava tehničku izradu i stabilnost sustava. Također, važnu ulogu ima pružatelj cloud infrastrukture, primjerice Amazon Web Services (AWS), koji omogućuje sigurno pohranjivanje podataka i pouzdan rad platforme. Za financijski dio poslovanja ključan je sustav za online plaćanje, kao što je CorvusPay, koji omogućuje sigurne i jednostavne transakcije između korisnika i pružatelja usluga. Dodatno se koriste i usluge pružatelja hostinga i domena, poput Plus Hostinga, te alati za analitiku i praćenje korisnika, poput Google Analyticsa, koji pomažu u razumijevanju ponašanja korisnika i unapređenju platforme.

Osim dobavljača, važnu ulogu imaju i suradnici projekta. To su prvenstveno pružatelji kućanskih i tehničkih usluga, poput majstora, servisera i obrtnika, koji čine temelj ponude platforme. Važnu ulogu imaju i marketinške agencije te digitalne platforme za oglašavanje koje doprinose većoj vidljivosti i promociji. Također, ulogu suradnika imaju i partneri za korisničku podršku koji pomažu u komunikaciji s korisnicima i rješavanju njihovih upita, kao i

edukacijske platforme koje sudjeluju u usavršavanju pružatelja usluga.

3.1.2. Opis najvažnijih poslovnih partnera

Najvažniji poslovni partneri projekta ServiceLink imaju ključnu ulogu u razvoju i funkcioniranju platforme. Svaki od njih sudjeluje u određenom dijelu poslovanja i doprinsoi kvaliteti usluge.

IT tvrtka, poput Infiniuma, zadužena je za razvoj i održavanje platforme.To uključuje izradu web i mobilne aplikacije, razvoj funkcionalnosti poput pretraživanja i naručivanja usluga te redovito tehničko održavanje sustava kako bi platforma radila stabilno i bez poteškoća.

Pružatelj cloud infrastrukture, kao što je Amazon Web Services (AWS), omogućuje pohranu podataka i rad platforme putem interneta. To znači da korisnici mogu pristupiti platformi u bilo kojem trenutku, dok sustav ostaje siguran i stabilan čak i kada se broj korisnika poveća.

Sustav za online plaćanje, poput CorvusPaya, koristi se za sigurno izvršavanje transakcija. Ovaj partner osigurava zaštitu podataka o plaćanju i omogućuje korisnicima jednostavno i pouzdano plaćanje usluga putem platforme.

Pružatelj hosting usluga i domena, kao što je Plus Hosting, osigurava da web stranica bude dostupna na internetu te da se brzo učitava i pravilno funkcionira.

Alati za analitiku, poput Google Analyticsa, koriste se za praćenje ponašanja korisnika na platformi, primjerice koje usluge najčešće pretražuju ili koliko vremena provode na stranici. Na temelju tih podataka moguće je unaprijediti funkcionalnosti i prilagoditi platformu potrebama korisnika.

Osim dobavljača, važnu ulogu imaju i suradnici projekta. Pružatelji usluga, odnosno majstori, serviseri i obrtnici, čine osnovu ponude platforme jer upravo oni izvršavaju usluge koje korisnici naručuju.

Marketinške agencije i digitalne platforme za oglašavanje pomažu u promociji ServiceLinka i privlačenju novih korisnika putem interneta i društvenih mreža.

Partneri za korisničku podršku zaduženi su za komunikaciju s korisnicima, odgovaranje na upite i rješavanje eventualnih problema tijekom korištenja platforme.

Edukacijske platforme i organizacije sudjeluju u usavršavanju pružatelja usluga kroz različite oblike edukacija, čime se dodatno povećava kvaliteta usluge.

3.2. Vrijednosti (ponuda) poslovnog modela

Osnovna vrijednost koju platforma ServiceLink pruža korisnicima jest jednostavno, brzo i sigurno pronalaženje kućnih i tehničkih usluga na jednom mjestu. Umjesto da korisnici samostalno traže izvođače putem oglasa, društvenih mreža ili preporuka poznanika, platforma im omogućuje preglednu i organiziranu pretragu usluga, usporedbu pružatelja, rezervaciju termina te digitalno plaćanje. Time se značajno smanjuje vrijeme potrebno za pronalazak pouzdanog izvođača i povećava sigurnost cijelog procesa.

Vrijednost za korisnike ogleda se i u većoj transparentnosti. Svaki pružatelj usluge na platformi ima vlastiti profil s osnovnim informacijama, opisom djelatnosti, cijenama, područjem rada, ocjenama i recenzijama korisnika. Na taj način korisnik može lakše donijeti odluku i odabrati izvođača koji najbolje odgovara njegovim potrebama. Dodatnu vrijednost predstavlja sustav provjere pružatelja usluga, kojim se nastoji osigurati da na platformi posluju samo pouzdani i verificirani izvođači.

Za pružatelje usluga ServiceLink stvara vrijednost kroz lakši pristup tržištu i veću vidljivost. Obrtnici, serviseri i drugi izvođači putem platforme mogu doći do novih klijenata bez velikih ulaganja u vlastitu promociju. Osim toga, platforma im omogućuje jednostavnije upravljanje narudžbama, terminima i komunikacijom s korisnicima. Time se njihovo poslovanje digitalizira i postaje učinkovitije.

Posebna vrijednost poslovnog modela leži u povezivanju više funkcija unutar jedinstvenog sustava. ServiceLink ne služi samo kao oglasnik ili baza kontakata, nego kao cjelovita digitalna platforma koja uključuje pretragu, odabir, rezervaciju, plaćanje, ocjenjivanje i korisničku podršku. Takav pristup korisnicima pruža veću praktičnost, a pružateljima usluga profesionalniji kanal prodaje i komunikacije.

3.3. Najvažnije aktivnosti za isporuku vrijednosti

Kako bi platforma ServiceLink mogla isporučiti obećanu vrijednost korisnicima i pružateljima usluga, potrebno je kontinuirano provoditi niz ključnih aktivnosti. Među najvažnijima se ističe razvoj i održavanje same platforme. To uključuje tehničku izradu i stalno unapređivanje web stranice i mobilne aplikacije, razvoj novih funkcionalnosti, uklanjanje tehničkih poteškoća, sigurnosne nadogradnje te osiguravanje stabilnog i brzog rada sustava.

Vrlo važna aktivnost odnosi se na uključivanje i verifikaciju pružatelja usluga. Budući da povjerenje korisnika predstavlja jedan od temelja poslovnog modela, platforma mora provoditi provjeru identiteta i osnovnih podataka pružatelja usluga prije nego im omogući rad na platformi. Ovisno o vrsti usluge, proces verifikacije može uključivati provjeru obrta ili tvrtke, potvrdu kontaktnih podataka, pregled referenci i prethodnih iskustava te eventualnu dodatnu edukaciju.

Treća ključna aktivnost je upravljanje narudžbama i korisničkim iskustvom. ServiceLink mora omogućiti da cijeli proces - od pretrage usluge do završetka izvršenja - bude što jednostavniji i pregledniji. To podrazumijeva primanje zahtjeva korisnika, povezivanje s odgovarajućim pružateljem usluge, praćenje statusa narudžbe, slanje obavijesti korisnicima i pružateljima te omogućavanje ocjenjivanja nakon završetka usluge.

Važan dio aktivnosti odnosi se i na korisničku podršku. Budući da platforma povezuje dvije skupine korisnika - one koji traže uslugu i one koji je pružaju - potrebno je osigurati kvalitetnu podršku za obje strane. To uključuje odgovaranje na upite, rješavanje pritužbi, pomoć pri registraciji, asistenciju kod plaćanja i podršku u slučaju nesporazuma ili problema tijekom izvršenja usluge.

Neizostavne su i marketinške aktivnosti usmjerene na privlačenje novih korisnika i pružatelja usluga. Kako bi platforma rasla, potrebno je ulagati u digitalni marketing, društvene mreže, optimizaciju za tražilice, online oglašavanje i partnerske suradnje. Poseban izazov predstavlja razvoj dvostranog tržišta, odnosno istodobno privlačenje dovoljnog broja korisnika i dovoljnog broja pružatelja usluga.

Uz to, važna aktivnost je analiza podataka i unapređenje poslovnog modela. Kroz praćenje korisničkog ponašanja, broja narudžbi, najtraženijih usluga, sezonalnosti i povratnih informacija moguće je kontinuirano prilagođavati platformu potrebama tržišta. Upravo analiza podataka omogućuje optimizaciju preporuka, boljeg raspoređivanja resursa i donošenje kvalitetnijih poslovnih odluka.

Uspješnost realizacije ključnih aktivnosti mjerit će se kroz nekoliko

pokazatelja, kao što su broj registriranih korisnika, broj realiziranih usluga putem platforme, prosječna ocjena zadovoljstva korisnika te vrijeme potrebno za pronalazak odgovarajućeg pružatelja usluge.

3.4. Ključni resursi

Za uspješno funkcioniranje platforme ServiceLink nužni su različiti ključni resursi koji omogućuju razvoj, održavanje i rast poslovnog modela. Prvu skupinu čine ljudski resursi. U ovu skupinu ubrajaju se programeri, dizajneri korisničkog sučelja, stručnjaci za bazu podataka, marketinški stručnjaci, djelatnici korisničke podrške te osobe zadužene za upravljanje odnosima s pružateljima usluga. Njihov rad ključan je za tehničku pouzdanost sustava i kvalitetu cjelokupne usluge.

Drugu skupinu čine tehnološki resursi. To uključuje web platformu, mobilnu aplikaciju, serversku infrastrukturu, cloud rješenja, sustave za pohranu i obradu podataka, sigurnosne protokole i alate za analitiku. Budući da se poslovanje ServiceLinka temelji na digitalnom okruženju, tehnološka infrastruktura predstavlja temelj funkcioniranja cijelog projekta.

Treći važan resurs su podaci. Platforma prikuplja i obrađuje podatke o korisnicima, pružateljima usluga, lokacijama, narudžbama, ocjenama, recenzijama i navikama korištenja. Ti podaci omogućuju personalizaciju usluge, razvoj preporuka, bolje upravljanje ponudom i potražnjom te unapređenje korisničkog iskustva. Naravno, upravljanje podacima mora biti usklađeno s pravilima zaštite privatnosti i važećom regulativom.

Četvrtu skupinu čine financijski resursi. Za pokretanje i rast platforme potrebno je osigurati sredstva za razvoj softvera, marketing, troškove infrastrukture, pravne i administrativne troškove te operativno poslovanje. Financijski resursi posebno su važni u početnoj fazi poslovanja, kada platforma još ne ostvaruje stabilne prihode.

Peta skupina su partnerski resursi. Iako partneri formalno nisu interni resursi poduzeća, njihove usluge i suradnja ključne su za realizaciju poslovnog modela. Tu se ubrajaju pružatelji cloud usluga, sustavi za online plaćanje, analitički alati, marketinški partneri i sami pružatelji usluga koji čine osnovu ponude platforme.

Na kraju, važan resurs predstavlja i brend ServiceLink. Prepoznatljiv naziv, vizualni identitet, reputacija platforme i povjerenje korisnika dugoročno postaju jedna od najvažnijih konkurentskih prednosti. U digitalnom poslovanju povjerenje je često jednako važno kao i sama tehnologija, pa izgradnja snažnog i vjerodostojnog brenda predstavlja važan strateški resurs.

3.5. Kategorije klijenata

3.5.1. Popis glavnih kategorija klijenata

Glavne kategorije klijenata platforme ServiceLink su:

- fizičke osobe – vlasnici stanova i kuća
- fizičke osobe – najmoprimci
- pravne osobe – tvrtke i uredi
- pružatelji usluga – pojedinci
- pružatelji usluga – tvrtke, obrti i agencije

Takva podjela važna je jer različite skupine imaju različite potrebe, očekivanja i razloge korištenja platforme.

3.5.2. Detaljan opis glavnih klijenata

Fizičke osobe – vlasnici stanova i kuća - skupina koja obuhvaća osobe koje posjeduju vlastiti stan ili kuću i povremeno ili redovito trebaju različite usluge održavanja, čišćenja, servisa i popravaka. Riječ je uglavnom o zaposlenim osobama srednje životne dobi koje imaju ograničeno vrijeme za samostalno organiziranje takvih poslova. Njima je posebno važna pouzdanost izvođača, sigurnost, kvaliteta rada i ušteda vremena. Spremni su platiti više za uslugu ako platforma jamči provjerenog izvođača, jasne recenzije i jednostavno naručivanje.

Fizičke osobe – najmoprimci - predstavljaju važnu skupinu korisnika, osobito u urbanim sredinama poput Zagreba. U tu kategoriju često ulaze studenti, mladi zaposleni i osobe koje često mijenjaju mjesto stanovanja. Njihove potrebe najčešće uključuju manje popravke, montažu namještaja, čišćenje prostora ili hitne intervencije. Ova skupina je osjetljivija na cijenu, ali vrlo otvorena za digitalna rješenja i mobilne aplikacije. Za njih su osobito važne transparentne cijene, brzina usluge i jednostavnost korištenja.

Pravne osobe – tvrtke i uredi - treću skupinu čine poslovni korisnici, odnosno tvrtke, uredski prostori, agencije i drugi poslovni subjekti kojima su potrebne redovite ili povremene usluge održavanja. To mogu biti čišćenje poslovnih prostora, servis klima uređaja, manji tehnički popravci ili održavanje uredske opreme. Ova skupina ima veće zahtjeve u pogledu profesionalnosti, točnosti, kontinuiteta i mogućnosti dugoročne suradnje. Za njih je važna mogućnost ugovaranja redovitih termina, digitalnog arhiviranja računa i jednostavne komunikacije.

Pružatelji usluga – pojedinci - u ovu kategoriju ulaze samostalni obrtnici, majstori i serviseri koji djeluju kao pojedinci. To mogu biti vodoinstalateri, električari, monteri, serviseri kućanskih aparata, čistači ili drugi stručnjaci. Njima platforma omogućuje dolazak do novih korisnika, bolju vidljivost na tržištu i smanjenje ovisnosti o neformalnim preporukama. Također im pomaže u organizaciji termina, komunikaciji s korisnicima i profesionalnijem predstavljanju na tržištu.

Pružatelji usluga – tvrtke, obrti, agencije - petu skupinu čine veći poslovni subjekti koji pružaju usluge kroz više zaposlenika ili timova. To mogu biti servisi, obrti, specijalizirane agencije za čišćenje ili tvrtke za održavanje objekata. Njihove potrebe razlikuju se od potreba pojedinaca jer im je važna mogućnost upravljanja većim brojem narudžbi, raspoređivanja više djelatnika, analitike poslovanja i dodatne promocije na platformi. Za ovu skupinu ServiceLink može ponuditi naprednije pakete suradnje i premium funkcionalnosti.

3.5.3. Tržišta i jezik Web stranica

U početnoj fazi projekt ServiceLink bit će usmjeren na tržište Republike Hrvatske, s posebnim fokusom na Zagreb kao najveće urbano središte i tržište s najvećim potencijalom potražnje. Zagreb je prikladan za lansiranje platforme zbog veće gustoće stanovništva, razvijenijeg tržišta usluga i veće sklonosti korištenju digitalnih rješenja.

Nakon uspješnog početka poslovanja planira se širenje na druge veće gradove u Hrvatskoj, poput Splita, Rijeke, Osijeka i Zadra. U kasnijim fazama moguć je izlazak i na okolna regionalna tržišta, osobito ako se potvrdi održivost poslovnog modela i interes korisnika.

Web stranica i mobilna aplikacija u početku će biti dostupne na hrvatskom jeziku. Uvođenje engleske verzije planira se kao dodatna opcija za strane korisnike, turiste, strane radnike i međunarodne poslovne subjekte koji posluju u Hrvatskoj. Dugoročno, širenje na druga tržišta zahtijevalo bi i prilagodbu jezika te lokalizaciju sadržaja i funkcionalnosti.

3.5.4. Registracija klijenata

Registracija na platformu ServiceLink osmišljena je tako da bude jednostavna, brza i prilagođena različitim tipovima korisnika. Za fizičke osobe registracija uključuje unos osnovnih osobnih podataka, kao što su ime i prezime, e-mail adresa, broj telefona i adresa. Nakon unosa podataka korisnik potvrđuje registraciju putem e-maila ili SMS poruke te postavlja vlastitu lozinku.

Za pravne osobe registracija uključuje dodatne informacije, poput naziva tvrtke, OIB-a, adrese sjedišta i kontakt osobe. Takav pristup omogućuje precizniju identifikaciju poslovnih korisnika i lakše izdavanje računa.

Registracija pružatelja usluga detaljnija je od registracije korisnika koji traže uslugu. Osim osnovnih podataka, pružatelji unose informacije o vrsti usluge koju nude, području djelovanja, raspoloživosti, cijenama te eventualnim referencama. U određenim slučajevima mogu biti zatraženi i dodatni dokumenti radi verifikacije, kao što su dokaz o registriranoj djelatnosti, certifikati ili drugi relevantni podaci.

Cilj ovakvog modela registracije jest uspostaviti ravnotežu između jednostavnosti pristupa i sigurnosti korištenja platforme. Korisnicima se želi omogućiti brz ulazak u sustav, dok se kod pružatelja usluga dodatno naglašava potreba za vjerodostojnošću i kvalitetom.

3.5.5. Pogodnosti za registrirane klijente

Registrirani korisnici platforme ServiceLink ostvaruju niz pogodnosti koje nisu dostupne neregistriranim posjetiteljima. Prije svega, registracija omogućuje brže i jednostavnije naručivanje usluga jer se osnovni podaci automatski pohranjuju u sustav. Time se ubrzava proces korištenja i smanjuje potreba za ponovnim unosom informacija.

Registrirani korisnici imaju pristup povijesti svojih narudžbi, što im omogućuje pregled prethodno korištenih usluga, ponovnu rezervaciju istih izvođača i lakše praćenje troškova. Osim toga, mogu spremati omiljene pružatelje usluga, primati personalizirane preporuke i koristiti promotivne pogodnosti koje platforma nudi lojalnim korisnicima.

Dodatna pogodnost je mogućnost ocjenjivanja i ostavljanja recenzija, čime registrirani korisnici aktivno sudjeluju u izgradnji kvalitete i povjerenja na platformi. Kroz sustav lojalnosti mogu ostvariti popuste, bodove ili druge

nagrade za češće korištenje usluge, preporuke prijateljima ili ostavljanje povratnih informacija.

Za registrirane pružatelje usluga pogodnosti uključuju pristup većem broju potencijalnih korisnika, upravljanje profilom, pregled narudžbi, analitiku osnovnog poslovanja i mogućnost dodatnog oglašavanja unutar platforme. Tako registracija ne predstavlja samo tehnički korak, nego važan element dugoročne suradnje i razvoja odnosa s korisnicima.

3.6. Upravljanje odnosima s klijentima

Upravljanje odnosima s klijentima predstavlja važan dio poslovnog modela platforme ServiceLink jer dugoročni uspjeh projekta ovisi o zadovoljstvu i povjerenju korisnika. Odnosi s klijentima razvijaju se kroz kontinuiranu komunikaciju, kvalitetnu podršku, personalizirane preporuke i sustav povratnih informacija.

Jedan od glavnih elemenata upravljanja odnosima s klijentima jest korisnička podrška. Platforma mora osigurati da korisnici i pružatelji usluga mogu brzo dobiti pomoć u slučaju tehničkih poteškoća, pitanja o narudžbama, problema s plaćanjem ili nesporazuma tijekom izvršenja usluge. Podrška može biti organizirana putem e-maila, chata unutar aplikacije, kontakt obrasca ili telefonskog kanala za hitne slučajeve.

Drugi važan element je personalizacija komunikacije. Na temelju prethodnog ponašanja korisnika i korištenih usluga moguće je slati prilagođene preporuke, podsjetnike i promotivne ponude. Time se povećava relevantnost komunikacije i vjerojatnost ponovnog korištenja platforme.

Treći element upravljanja odnosima s klijentima jest sustav recenzija i ocjenjivanja. Nakon svake izvršene usluge korisnicima se omogućuje ostavljanje ocjene i komentara. Time se ne samo prikupljaju informacije o zadovoljstvu, nego se stvara i baza povjerenja za buduće korisnike.Također se koristi CRM sustav (HubSpot ,CRM), koji omogućuje centralizirano praćenje korisnika, povijesti narudžbi i komunikacije. Na temelju tih podataka lakše se organizira korisnička podrška te se mogu kreirati personalizirane ponude i preporuke.

Upravljanje odnosima s pružateljima usluga jednako je važno kao i upravljanje odnosima s krajnjim korisnicima. Platforma mora njegovati partnerski odnos s izvođačima, pružati im podršku, jasna pravila korištenja, edukaciju i alate za učinkovitije poslovanje. Zadovoljni i motivirani pružatelji usluga izravno utječu na kvalitetu ukupne ponude i percepciju platforme na tržištu.

3.7. Kanali poslovanja

ServiceLink koristi više kanala poslovanja kako bi učinkovito komunicirao s korisnicima, pružateljima usluga i partnerima. Najvažniji kanal je službena web stranica platforme, koja omogućuje informiranje, registraciju, pretraživanje usluga i rezervaciju termina. Web stranica predstavlja središnje mjesto digitalnog poslovanja i prvi kontakt velikog dijela korisnika s platformom.

Drugi važan kanal su mobilne aplikacije za Android i iOS uređaje. Mobilna aplikacija omogućuje jednostavnije korištenje platforme u svakodnevnim situacijama, brže naručivanje usluga, praćenje statusa narudžbi i primanje obavijesti u stvarnom vremenu. Budući da velik broj korisnika usluge traži putem pametnih telefona, mobilni kanal ima posebno važnu ulogu u razvoju poslovanja.

Treći kanal čine društvene mreže, poput Facebooka, Instagrama, TikToka, LinkedIna i X-a. Putem njih se platforma promovira, komunicira s korisnicima, objavljuje edukativni i promotivni sadržaj te gradi prepoznatljivost brenda. Društvene mreže osobito su korisne za dosezanje mlađih korisnika i jačanje digitalne prisutnosti.

Četvrti kanal je e-mail komunikacija. E-mail se koristi za potvrdu registracije, obavijesti o narudžbama, slanje newslettera, promotivnih ponuda i personaliziranih preporuka. Ovaj kanal važan je za održavanje odnosa s postojećim korisnicima i poticanje ponovnog korištenja platforme.

Osim digitalnih kanala, moguće je razvijati i partnerske kanale poslovanja, primjerice suradnju s trgovinama kućanskih uređaja, servisnim centrima, obrtničkim udruženjima ili tvrtkama za upravljanje nekretninama. Takvi partneri mogu pomoći u promociji platforme i preporuci usluga krajnjim korisnicima.

3.8. Struktura troškova

Struktura troškova projekta ServiceLink obuhvaća sve izdatke potrebne za razvoj, pokretanje i osnovno održavanje digitalne platforme. U početnoj fazi poslovanja predviđa se razvoj funkcionalne verzije sustava koja uključuje ključne mogućnosti, poput registracije korisnika i pružatelja usluga, pregleda i odabira usluga, naručivanja, osnovne komunikacije te jednostavnih administrativnih funkcija. Takav pristup omogućuje racionalno upravljanje troškovima, uz istodobno osiguravanje temeljnih funkcionalnosti potrebnih za uspješno predstavljanje i testiranje projekta na tržištu.

Troškovi projekta mogu se podijeliti na početne troškove razvoja i redovite mjesečne troškove održavanja. Početni troškovi odnose se na izdatke koji nastaju prije samog pokretanja platforme, dok mjesečni troškovi uključuju izdatke nužne za njezino kontinuirano funkcioniranje, tehničku stabilnost i osnovnu promociju.

3.8.1. Početni troškovi razvoja projekta

Početni troškovi razvoja najvećim su dijelom vezani uz izradu digitalne platforme. Najvažnija stavka je razvoj osnovne web platforme, koji uključuje izradu korisničkog sučelja, baze podataka, registracijskog sustava i osnovnih funkcionalnosti naručivanja usluga. Za tu stavku procjenjuje se iznos od **2.500 EUR**.

Uz tehničku izradu platforme, potrebno je predvidjeti i troškove vizualnog identiteta i dizajna korisničkog sučelja. Oni uključuju izradu logotipa, osnovnih grafičkih elemenata i prilagodbu izgleda stranica, a procjenjuju se na **300 EUR**.

Za tehničko postavljanje projekta potrebni su i troškovi registracije domene, početnog hostinga i SSL certifikata, koji osiguravaju dostupnost i osnovnu sigurnost web mjesta. Ova stavka procjenjuje se na **200 EUR**.

Dodatni trošak odnosi se na integraciju sustava online plaćanja i osnovnih sigurnosnih prilagodbi, što uključuje povezivanje s dostupnim payment

rješenjima i početnu konfiguraciju sustava. Za te potrebe predviđa se **300 EUR**.

Kako bi se platforma mogla predstaviti ciljanoj skupini korisnika, potrebno je planirati i promotivni budžet za digitalno oglašavanje, izradu promotivnih vizuala i prezentacijskih materijala. Za tu svrhu procjenjuje se

Stavka	Opis	Iznos (EU
Razvoj web platforme	Izrada sustava, baza podataka, osnovne funkcionalnosti	
Dizajn i vizualni identitet	Logo, UI dizajn, grafički elementi	
Domena, hosting i SSL	Registracija domene i osnovna sigurnost	
Integracija plaćanja	Payment sustav i sigurnosne postavke	
Marketing (početni)	Oglašavanje, vizuali, promocija	
Ostali troškovi	Licence, sitne dorade, nepredviđeno	
UKUPNO		

800 EUR. Osim navedenog, preporučljivo je predvidjeti i manji iznos za ostale početne troškove, poput licenci, sitnih tehničkih dorada i nepredviđenih izdataka, u visini od **200 EUR**.

Tablica 3.8.1. – Početni troškovi razvoja projekta

3.8.2. Mjesečni troškovi održavanja projekta

Nakon pokretanja platforme javljaju se i redoviti mjesečni troškovi održavanja. Oni se prvenstveno odnose na tehničko održavanje sustava, hosting, manje nadogradnje i osnovne marketinške aktivnosti.

Trošak hostinga i održavanja servera procjenjuje se na **30 EUR mjesečno**. Tehnička podrška i manje funkcionalne dorade sustava, koje su nužne radi nesmetanog rada platforme i povremenih prilagodbi, procjenjuju se na **100 EUR mjesečno**.

Za održavanje vidljivosti platforme i privlačenje korisnika potrebno je predvidjeti i osnovni budžet za digitalni marketing, uključujući društvene mreže i povremeno online oglašavanje. Za tu stavku planira se **80 EUR mjesečno**. Dodatno, za administrativne potrebe, korištenje digitalnih alata i ostale manje troškove predviđa se **40 EUR mjesečno**. Također se koristi CRM sustav za upravljanje korisnicima i komunikacijom, što se procjenjuje

na **30 EUR mjesečno.**

Stavka	Opis	Iznos (EUR/mj)
Hosting i server	Održavanje infrastrukture	30
Tehnička podrška	Održavanje i manje nadogradnje	100
Digitalni marketing	Društvene mreže i oglasi	80
Administrativni troškovi	Alati, sitni operativni troškovi	40
CRM sustav (HubSpot CRM)	Odnos s klijentima	30
UKUPNO		**280 EUR/mj**

Tablica 3.8.2. – Mjesečni troškovi održavanja projekta

Na temelju prikazanih procjena može se zaključiti da su za pokretanje projekta potrebna početna ulaganja u iznosu od približno **4.300 EUR**, dok redoviti mjesečni troškovi održavanja iznose oko **280 EUR**. Takva struktura troškova pokazuje da je razvoj platforme financijski izvediv u početnoj fazi, uz racionalno planiranje resursa i postupno ulaganje u daljnji razvoj sustava.

Napomena: Navedeni iznosi su okvirni i mogu odstupati ovisno o odabiru tehnologije, opsegu funkcionalnosti i načinu organizacije razvoja platforme.

3.9. Modeli stvaranja prihoda

3.9.1. Popis modela stvaranja prihoda

ServiceLink ostvaruje prihode kroz pet modela: proviziju po izvršenoj usluzi, mjesečnu pretplatu za pružatelje usluga, istaknute oglase i premium pozicioniranje, naknadu za hitne usluge te prodaju anonimiziranih podataka i analitičkih izvještaja.

Kombinacija više modela prihoda omogućuje veću stabilnost poslovanja i smanjuje ovisnost o samo jednom izvoru prihoda.

3.9.2. Opis svakog pojedinog modela

3.9.2.1. Model stvaranja prihoda 1 – provizija po izvršenoj usluzi

Osnovni model prihoda platforme ServiceLink jest naplata provizije po svakoj uspješno realiziranoj usluzi. Kada korisnik preko platforme naruči i plati

uslugu, određeni postotak ukupne cijene zadržava platforma kao naknadu za posredovanje. Ovaj model je čest kod digitalnih platformi jer omogućuje da prihod raste zajedno s brojem realiziranih transakcija.

Prednost ovog modela jest u tome što je izravno povezan s aktivnošću korisnika i pružatelja usluga. Pružatelj ne snosi fiksni trošak ako nema narudžbi, nego platformu plaća tek kada ostvari posao. To je posebno privlačno manjim obrtnicima i pojedincima koji tek počinju koristiti digitalne kanale za pronalazak klijenata.

3.9.2.2. Model stvaranja prihoda 2 – mjesečna pretplata za pružatelje usluga

Drugi model prihoda temelji se na mjesečnoj ili godišnjoj pretplati za pružatelje usluga koji žele koristiti dodatne pogodnosti platforme. Osnovna verzija korištenja može biti dostupna bez pretplate ili uz nižu razinu funkcionalnosti, dok se dodatne mogućnosti nude kroz plaćene pakete.

Takvi paketi mogu uključivati veću vidljivost profila, pristup detaljnijoj analitici, mogućnost isticanja usluga, pristup naprednim alatima za upravljanje terminima i dodatne promotivne opcije. Ovaj model posebno je pogodan za veće pružatelje usluga i profesionalne subjekte koji žele aktivnije koristiti platformu za razvoj poslovanja.

3.9.2.3. Model stvaranja prihoda 3 – istaknuti oglasi i premium pozicioniranje

Treći model prihoda odnosi se na dodatnu naplatu za veću vidljivost unutar platforme. Pružatelji usluga mogu platiti da njihov profil bude istaknut među rezultatima pretrage, označen kao preporučeni ili prikazan na početnim stranicama određenih kategorija.

Ovaj model prihoda sličan je modelu digitalnog oglašavanja i omogućuje pružateljima usluga da se lakše istaknu u odnosu na konkurenciju. Za platformu predstavlja dodatni izvor prihoda koji ne ovisi nužno o broju izvršenih narudžbi, nego o interesu pružatelja da povećaju svoju vidljivost i broj upita.

3.9.2.4. Model stvaranja prihoda 4 – naknada za hitne usluge

ServiceLink može ostvarivati dodatne prihode kroz poseban model naplate za hitne ili prioritetne usluge. U slučajevima kada korisnik treba žurnu intervenciju, primjerice hitan dolazak vodoinstalatera, električara ili servisera, platforma može obračunati dodatnu naknadu za ubrzanu obradu zahtjeva i prioritetno povezivanje s dostupnim pružateljem usluge.

Ovakav model donosi dodatnu vrijednost korisnicima kojima je brzina ključna, dok pružateljima usluga može predstavljati dodatni poticaj za prihvaćanje hitnih poslova. Platforma pritom ostvaruje prihod iz dodatne usluge organizacije i prioritizacije.

3.9.2.5. Model stvaranja prihoda 5 – prodaja anonimiziranih analitičkih izvještaja

Posljednji model prihoda odnosi se na izradu i prodaju anonimiziranih i agregiranih analitičkih izvještaja. Budući da platforma prikuplja velik broj podataka o vrstama traženih usluga, lokacijama, sezonalnosti, cijenama i ponašanju korisnika, ti podaci mogu imati poslovnu vrijednost ako se obrade i prezentiraju u skladu s pravilima zaštite privatnosti.

Takvi izvještaji mogu biti korisni proizvođačima uređaja, servisnim mrežama, istraživačkim institucijama, konzultantskim kućama ili drugim poslovnim subjektima koji žele bolje razumjeti tržište usluga. Važno je naglasiti da bi se ovakav model prihoda provodio isključivo na anonimiziranoj i agregiranoj razini, bez otkrivanja osobnih podataka korisnika, čime se osigurava usklađenost sa zakonskim i etičkim standardima.

4. DIGITALNE TEHNOLOGIJE

4.1. Mobilne tehnologije

4.1.1. Način mobilnog elektroničkog poslovanja projekta

Mobilne tehnologije imaju ključnu ulogu u poslovanju platforme ServiceLink jer omogućuju korisnicima brzo i jednostavno korištenje usluga putem pametnih telefona. Sve važnije funkcionalnosti, poput pretraživanja usluga, naručivanja, komunikacije s pružateljima i plaćanja, dostupne su putem

mobilne aplikacije.

Mobilna aplikacija posebno je prilagođena korištenju u svakodnevnim situacijama, što znači da korisnici mogu naručiti uslugu u bilo kojem trenutku i s bilo koje lokacije. Za razliku od web stranice, aplikacija omogućuje dodatne funkcionalnosti poput push notifikacija, praćenja statusa narudžbe u stvarnom vremenu i jednostavnijeg ponovnog naručivanja usluga.

Na taj način mobilno poslovanje povećava dostupnost usluge, ubrzava proces naručivanja i poboljšava korisničko iskustvo.

4.1.2. Opis aplikacije za pametne mobilne telefone

Mobilna aplikacija ServiceLink osmišljena je kao jednostavna i intuitivna platforma za povezivanje korisnika i pružatelja usluga. Aplikacija je prilagođena korisnicima svih dobnih skupina te omogućuje brzo snalaženje bez potrebe za dodatnim tehničkim znanjem.

Korisnici se mogu registrirati putem e-maila ili broja telefona, nakon čega dobivaju pristup svim funkcionalnostima aplikacije. Sučelje aplikacije je pregledno, s jasno istaknutim opcijama za pretraživanje usluga, pregled narudžbi i upravljanje profilom.

Aplikacija bi bila dostupna na Android i iOS platformama, a preuzimanje bi za korisnike bilo besplatno. Trošak izrade aplikacije procjenjuje se na približno 3.000 do 8.000 eura za osnovnu verziju, ovisno o funkcionalnostima i razini složenosti.

4.1.3. Detaljan opis funkcionalnosti mobilne aplikacije

Mobilna aplikacija ServiceLink obuhvaća niz ključnih funkcionalnosti koje korisnicima omogućuju jednostavno i učinkovito korištenje platforme. Jedna od osnovnih funkcija je profil korisnika, putem kojeg korisnici mogu upravljati svojim osobnim podacima, načinima plaćanja i postavkama aplikacije.

Središnji dio aplikacije čini mogućnost pretrage i naručivanja usluga. Korisnici mogu pretraživati dostupne usluge prema različitim kriterijima,

poput kategorije, lokacije ili cijene, te na temelju toga jednostavno odabrati i naručiti željenu uslugu. Nakon izvršene narudžbe, korisnicima je omogućeno praćenje njezina statusa, pri čemu mogu u svakom trenutku vidjeti nalazi li se usluga u fazi prihvaćanja, izvršenja ili je već završena.

Aplikacija također omogućuje pregled povijesti usluga, što korisnicima olakšava ponovno naručivanje istih ili sličnih usluga. Nakon završetka usluge, korisnici imaju mogućnost ostavljanja ocjena i recenzija, čime doprinose transparentnosti i kvaliteti platforme.

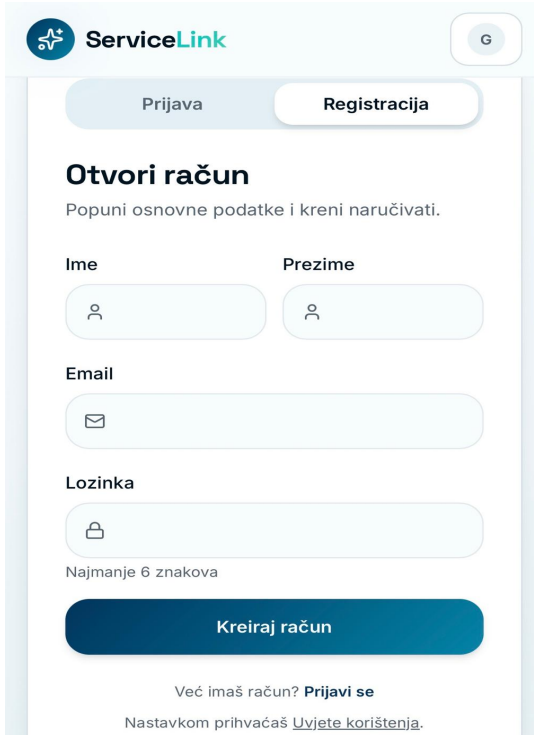
Dodatno, aplikacija koristi sustav push notifikacija putem kojih korisnici pravovremeno dobivaju obavijesti o promjenama statusa narudžbe i drugim važnim informacijama. Osnovne funkcionalnosti aplikacije bile bi dostupne besplatno svim korisnicima, dok bi se određene napredne opcije, poput isticanja profila za pružatelje usluga ili detaljnije analitike, mogle dodatno naplaćivati.

Aplikacija bi imala jednostavno i pregledno korisničko sučelje, s jasno istaknutim glavnim izbornikom i intuitivnom navigacijom. Dizajn bi bio prilagođen mobilnim uređajima, s naglaskom na brzo pronalaženje usluga i jednostavno korištenje svih funkcionalnosti.

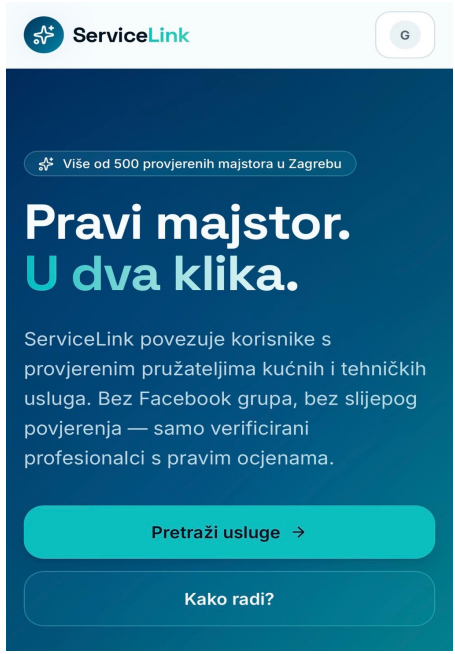
4.1.4. Grafički prikaz funkcionalnosti

Na slici je prikazan obrazac za prijavu i registraciju korisnika u aplikaciju

Slika 4.1.4. - Prijava i registracija korisnika

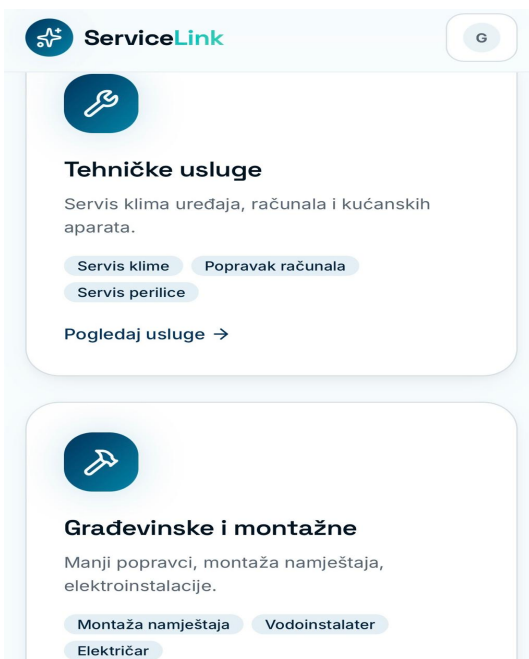


Slika 4.1.5- Početna stranica nakon prijave


ServiceLink
G
Više od 500 provjerenih majstora u Zagrebu
Pravi majstor.
U dva klika.
ServiceLink povezuje korisnike s provjerenim pružateljima kućnih i tehničkih usluga. Bez Facebook grupa, bez slijepog povjerenja — samo verificirani profesionalci s pravim ocjenama.
Pretraži usluge →
Kako radi?

Na slici je prikazan primjer dostupnih usluga koje korisnik može odabrati

Slika 4.1.6. Prikaz dostupnih usluga



ServiceLink
G
KATEGORIJE
Sve što vam treba za dom
Od hitnog vodoinstalatera do dubinskog čišćenja — sve usluge raspoređene u četiri jasne kategorije.
Kućanske usluge
Čišćenje stanova, pranje tepiha, glačanje i sve za uredan dom.
Čišćenje stana
Dubinsko čišćenje
Pranje tepiha
Pogledaj usluge →

Slika 4.1.7 Informacije o ServiceLink-u

Slika 4.1.8- Recenzija korisnika

4.1.5. Mogućnost mobilnog oglašavanja

U aplikaciji ServiceLink oglašavanje bi se koristilo za promociju usluga pružatelja i kao dodatni izvor prihoda platforme.

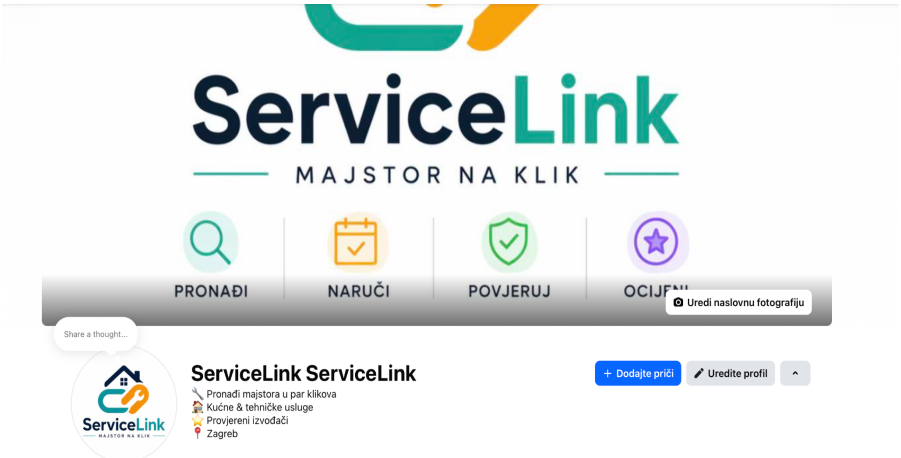
Oglasi bi se prikazivali unutar aplikacije na nekoliko mjesta. To bi bili banner oglasi na početnoj stranici i u kategorijama, zatim istaknuti oglasi u rezultatima pretrage gdje bi se određeni pružatelji prikazivali na vrhu, te povremene obavijesti s ponudama i popustima.

Pružatelji usluga mogli bi birati način oglašavanja prema svojim potrebama. Mogli bi plaćati po prikazima oglasa, po klikovima ili uzeti mjesečni paket za veću vidljivost u aplikaciji.

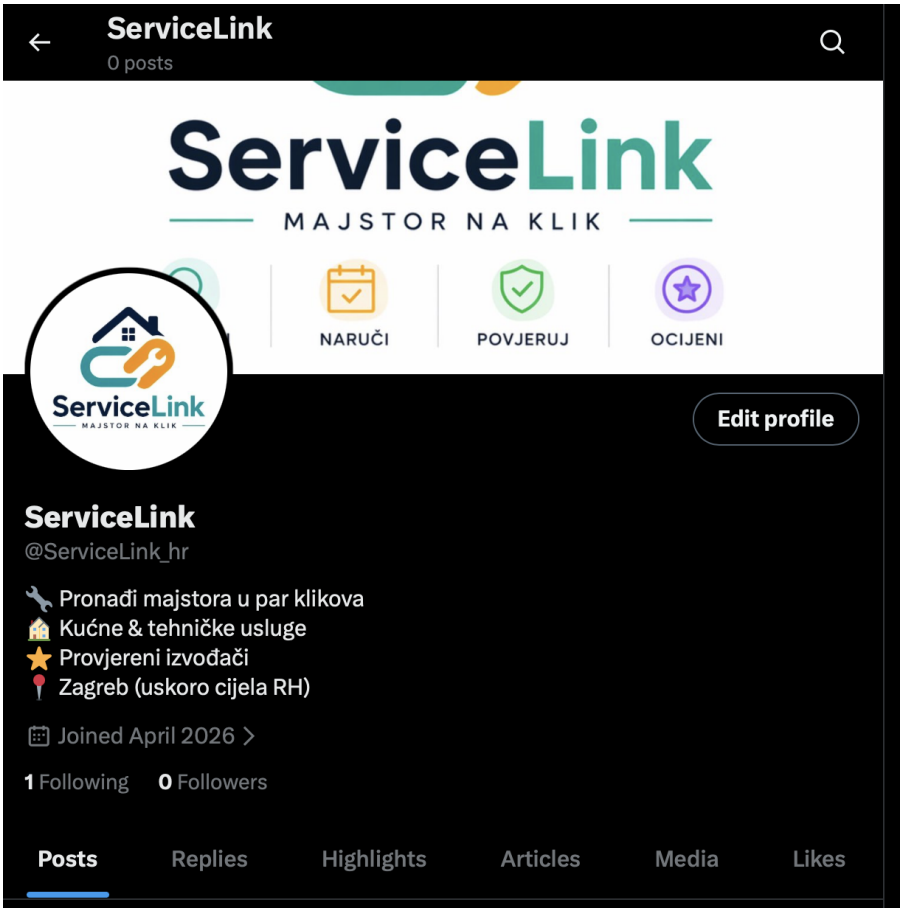
Na taj način oglašavanje pomaže korisnicima da lakše pronađu usluge, pružateljima da dođu do više klijenata, a platformi da ostvaruje dodatne prihode.

4.2. Društvene mreže

Slika 4.2.1. - Facebook profil ServiceLink-a



Slika 4.2.2. - Twitter (X) profil ServiceLink-a



Slika 4.2.3. - Tiktok profil ServiceLink-a

Kako je?

ServiceLink

ServiceLink

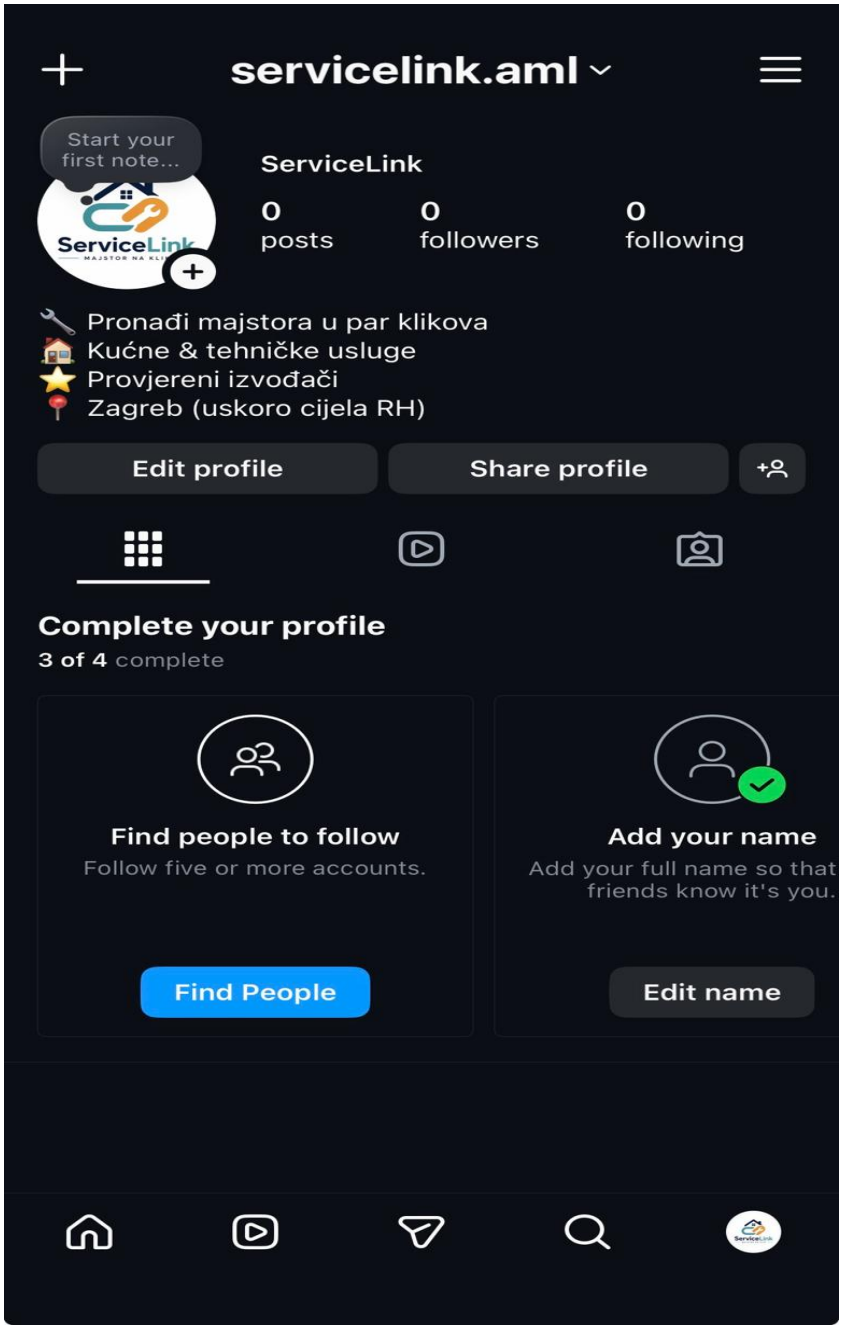
@servicelink.hr

0	0	0
Pratim	Pratitelja	Oznake „Sviđa...

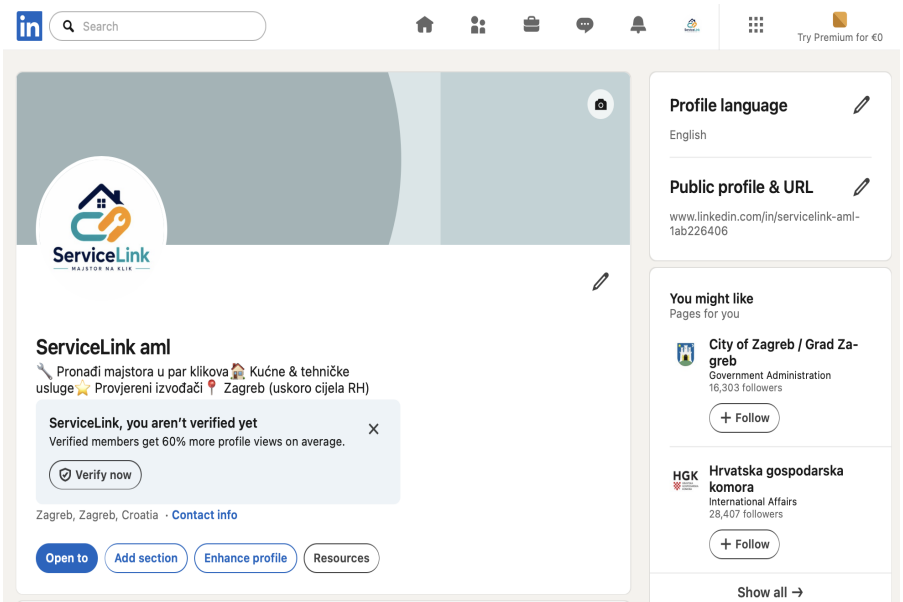
🔧 Pronađi majstora u par klikova
🏠 Kućne & tehničke usluge
⭐ Provjereni izvođači
📍 Zagreb (uskoro cijela RH)

Početno | Prijatelji | Ulazni sandučić | Profil

Slika 4.2.4. - Instagram profil ServiceLink-a



Slika 4.2.5. - LinkedIn profil ServiceLink-a



4.3. Računarstvo u oblaku

U projektu ServiceLink računarstvo u oblaku koristi se za smještanje i rad cijelog sustava. Svi podaci, uključujući informacije o korisnicima, pružateljima usluga i narudžbama, pohranjuju se na cloud serverima umjesto na lokalnim računalima.

Takav način rada omogućuje stabilan i brz pristup platformi s bilo koje lokacije te smanjuje potrebu za održavanjem vlastite serverske opreme. Osim toga, cloud omogućuje lakše prilagođavanje sustava u slučaju rasta broja korisnika.

Važna prednost ovakvog pristupa je sigurnost podataka, jer se informacije redovito pohranjuju i štite od mogućeg gubitka. Također, sustav ostaje dostupan korisnicima u svakom trenutku, što je ključno za ovakav tip platforme.

4.4. Veliki podaci (Big data)

U projektu ServiceLink generira se velika količina podataka kroz svakodnevno korištenje platforme. To uključuje podatke o korisnicima, narudžbama, vrstama usluga, lokacijama te ocjenama i recenzijama pružatelja usluga.

Analizom tih podataka moguće je poboljšati rad platforme i korisničko iskustvo. Na primjer, može se pratiti koje su usluge najtraženije u određenim razdobljima ili na određenim lokacijama te na temelju toga bolje organizirati ponuda.

Također, podaci se mogu koristiti za preporuke korisnicima, odnosno za prikazivanje usluga koje bi im mogle biti najkorisnije na temelju njihovih prethodnih pretraga i narudžbi.

Osim toga, analiza podataka pomaže i pružateljima usluga da bolje razumiju potražnju i prilagode svoje ponude tržištu.

4.5. Senzori i Internet stvari (IoT)

U projektu ServiceLink Internet stvari (IoT) mogu se primijeniti za povezivanje pametnih uređaja i olakšavanje procesa naručivanja usluga. IoT tehnologija omogućuje međusobnu komunikaciju uređaja te automatsko slanje podataka u sustav bez potrebe za ručnim unosom korisnika.

Primjer primjene odnosi se na pametne kućanske uređaje poput perilica rublja, klima uređaja ili hladnjaka. Ovi uređaji mogu biti povezani s aplikacijom te u slučaju kvara ili nepravilnog rada automatski poslati obavijest u sustav ServiceLinka.

Na temelju primljenih podataka sustav može korisniku odmah predložiti najbližeg i najprikladnijeg pružatelja usluge, čime se ubrzava proces pronalaska pomoći i smanjuje vrijeme reakcije.

IoT se može koristiti i za praćenje izvršenja usluge, primjerice putem GPS signala za praćenje dolaska pružatelja usluge na lokaciju. Na taj način povećava se transparentnost, sigurnost i pouzdanost same platforme.

4.6. 3D printeri

U projektu ServiceLink 3D printeri se u kratkoročnom razvoju ne planiraju koristiti kao dio osnovne funkcionalnosti platforme. Međutim, u budućnosti ova tehnologija može imati određenu primjenu u segmentu servisnih i tehničkih usluga.

Moguća primjena 3D printera bila bi u izradi jednostavnijih zamjenskih dijelova za kućanske uređaje ili instalacije, posebno u situacijama kada originalni dijelovi nisu odmah dostupni. Na taj način pružatelji usluga mogli bi brže riješiti određene kvarove i smanjiti vrijeme čekanja korisnika.

Iako trenutno nije ključna za rad platforme, ova tehnologija može dugoročno doprinijeti većoj fleksibilnosti i učinkovitosti u pružanju usluga putem ServiceLink sustava.

4.7. Robotika

U projektu ServiceLink trenutno se ne planira korištenje robotike jer je poslovni model usmjeren na povezivanje korisnika i pružatelja usluga putem digitalne platforme. Naglasak je na ljudskoj interakciji i klasičnom obavljanju kućanskih i tehničkih usluga. U budućnosti bi se eventualno mogla razmatrati primjena robotike u automatizaciji jednostavnijih poslova, ali to nije dio trenutnog razvoja projekta.

4.8. Dronovi

ServiceLink projekt može u daljnjoj budućnosti proširiti svoje poslovanje na način da pruži usluge dostave putem dronova, primjerice za dostavu manjih rezervnih dijelova ili alata pružateljima usluga na terenu. Trenutni projekt je prvenstveno orijentiran na urbane sredine, ali dronovi bi mogli biti korisni za dostavu u ruralnim područjima ili za hitne isporuke dijelova za popravke, primjerice dostavu ventila za hladnjak u kratkom vremenskom roku.

4.9. Virtualna i proširena stvarnost

Virtualna i proširena stvarnost u projektu ServiceLink mogu se koristiti u edukativne i promotivne svrhe. Na primjer, mogu poslužiti za prikaz načina korištenja platforme kroz jednostavne simulacije ili kratke vodiče za korisnike i pružatelje usluga.

Također, proširena stvarnost može omogućiti korisnicima da prije narudžbe usluge dobiju bolji vizualni prikaz mogućeg rezultata, primjerice kako bi izgledala određena montaža ili popravak u njihovom prostoru. Na taj način korisnici bi lakše donijeli odluku o narudžbi.

4.10. Umjetna inteligencija

Umjetna inteligencija koristi se u nekoliko dijelova ServiceLink projekta kako bi se poboljšalo korisničko iskustvo i učinkovitost platforme. Prvo, AI algoritam za preporuku analizira više različitih parametara kako bi korisniku predložio najprikladnijeg pružatelja usluga.

Drugo, umjetna inteligencija može se primijeniti u sustavu dinamičkog

određivanja cijena, ovisno o potražnji i dostupnosti usluga u određenom trenutku. Treće, AI savjetnik može nakon registracije komunicirati s korisnikom putem chata te mu pomoći u odabiru odgovarajuće usluge i načina plaćanja.

Na kraju, umjetna inteligencija koristi se i za analizu recenzija i povratnih informacija korisnika, čime se mogu uočiti obrasci i područja za poboljšanje. Na temelju tih podataka platforma se može kontinuirano razvijati i prilagođavati potrebama korisnika.

5. DIGITALNI MARKETING

5.1. Marketinški plan projekta

Marketinški plan projekta ServiceLink temelji se na kombinaciji plaćenih i besplatnih digitalnih aktivnosti s ciljem povećanja vidljivosti platforme, privlačenja registriranih korisnika i pružatelja usluga te ostvarivanja prvih narudžbi. U promociji projekta koriste se Google Ads kampanje, oglašavanje na društvenim mrežama, e-mail marketing, studentske mreže, lokalne Facebook grupe i referral program. Takav pristup omogućuje istodobno korištenje kanala visoke namjere pretraživanja i kanala koji omogućuju organsko širenje informacija o platformi.

Najveći dio budžeta usmjeren je na Google Ads i društvene mreže, budući da upravo ti kanali omogućuju najbrže dosezanje ciljane skupine korisnika na području Zagreba. Za Google Ads predviđen je iznos od 500 EUR, a kampanja bi se provodila u kontinuitetu tijekom 12 mjeseci. Ovaj oblik oglašavanja usmjeren je na korisnike koji aktivno pretražuju usluge poput čišćenja stanova, servisa klima uređaja, montaže namještaja, vodoinstalaterskih i električarskih radova. Na taj način platforma se oglašava putem ključnih riječi visoke namjere, što povećava vjerojatnost klika i registracije.

Za oglašavanje na društvenim mrežama predviđen je budžet od 300 EUR. Oglasi bi se prikazivali putem kanala Facebook-a, Instagram-a i Tiktok-a, a kampanje bi se provodile u kontinuitetu uz prosjek od tri objave tjedno. Ovaj dio marketinškog plana uključuje boostanje najboljih organskih objava, izradu jednostavnih carousel oglasa i promociju vizualnog sadržaja usmjerenog prema korisnicima koji traže brza i pouzdana rješenja za kućne i tehničke usluge.

Osim plaćenih oblika promocije, projekt uključuje i nekoliko besplatnih ili vrlo niskobudžetnih aktivnosti. E-mail marketing provodio bi se putem alata MailerLite na besplatnom planu, uz slanje poruka jedan do dva puta mjesečno. Ovaj kanal koristio bi se za welcome e-mailove, podsjetnike korisnicima i win-back kampanje kojima se pokušavaju ponovno aktivirati osobe koje su se registrirale, ali još nisu koristile uslugu.

Važan dio promocije čine i studentske mreže, odnosno komunikacija putem WhatsApp grupa i fakultetskih Facebook grupa. Ovaj oblik promocije provodio bi se jednom tjedno tijekom prva tri mjeseca, a cilj mu je viralno širenje informacija o platformi među studentima i mlađim korisnicima. Budući da se oslanja na postojeće mreže i preporuke, za ovaj oblik promocije nije predviđen poseban novčani trošak.

Dodatno, projekt uključuje objave u lokalnim Facebook grupama, primjerice u grupama poput „Zagreb majstori" i „Prodaja stanova Zagreb". Objave bi se plasirale jednom tjedno, s ciljem privlačenja korisnika putem organskih objava koje sadrže poziv na besplatnu registraciju i predstavljanje prednosti platforme. Ni za ovaj oblik promocije nije predviđen poseban trošak.

Posljednji dio marketinškog plana odnosi se na referral program, koji bi bio integriran u vlastitu platformu i provodio bi se kontinuirano. Korisnici koji dovedu nove korisnike ostvarivali bi određene pogodnosti, primjerice popust na buduću uslugu. Ovaj model ne zahtijeva izravan marketinški trošak u novcu, nego se temelji na popustima financiranim iz buduće provizije platforme.

Ukupni trošak plaćenih marketinških kampanja iznosi 800 EUR, pri čemu se 500 EUR odnosi na Google Ads, a 300 EUR na oglašavanje na društvenim mrežama. Ostale aktivnosti oslanjaju se na besplatne alate, organski doseg i preporuke korisnika, čime se postiže racionalno korištenje marketinškog budžeta uz istodobno održavanje prisutnosti na više komunikacijskih kanala.

5.2. Ključne riječi za platformu

Ključne riječi projekta ServiceLink odabrane su tako da odgovaraju stvarnim potrebama korisnika koji putem interneta traže kućne i tehničke usluge. Budući da je platforma u početnoj fazi usmjerena na tržište Zagreba, velik dio ključnih riječi uključuje i geografsku odrednicu grada kako bi se povećala relevantnost oglasa i sadržaja. Na taj način platforma se prikazuje korisnicima koji imaju konkretnu namjeru pronalaska usluge na lokalnom tržištu.

Ključne riječi mogu se podijeliti na opće i specifične. Opće ključne riječi služe za širu vidljivost, dok specifične ključne riječi bolje pogađaju korisnike koji imaju jasnu namjeru naručivanja usluge. Upravo su specifične ključne riječi posebno važne za platformu poput ServiceLinka jer povećavaju vjerojatnost konverzije, odnosno registracije ili narudžbe.

Ključne riječi obuhvaćaju pojmove povezane s najtraženijim kategorijama usluga, kao što su čišćenje stanova, servis klima uređaja, montaža namještaja, vodoinstalaterski radovi, električarske usluge i popravci kućanskih uređaja. Posebno su važne ključne riječi visoke namjere, odnosno one koje koriste korisnici koji aktivno traže izvršitelja usluge i spremni su na narudžbu. Upravo se na takvim pojmovima temelji Google Ads kampanja projekta.

Primjeri ključnih riječi koje se koriste u promociji projekta su: majstor Zagreb, čišćenje stanova Zagreb, servis klima Zagreb, vodoinstalater Zagreb, električar Zagreb, montaža namještaja Zagreb, servis kućanskih aparata Zagreb, hitni majstor Zagreb, provjereni majstori Zagreb i naručivanje usluga online.

Osim u oglašavanju, ključne riječi koriste se i na samoj web stranici, u opisima usluga, naslovima stranica i objavama na društvenim mrežama. Time se poboljšava organska vidljivost projekta na tražilicama i povećava mogućnost da korisnici pronađu platformu i bez dodatnog plaćenog oglašavanja.

5.3. Google Ads oglas

Google Ads predstavlja glavni plaćeni oblik oglašavanja u marketinškom planu projekta ServiceLink. Za ovu aktivnost predviđen je budžet od 500 EUR, a kampanja bi se provodila u kontinuitetu tijekom 12 mjeseci. Cilj kampanje jest privući korisnike koji aktivno pretražuju kućne i tehničke usluge te ih usmjeriti na web stranicu platforme, gdje mogu saznati više informacija, registrirati se i naručiti uslugu.

Google Ads kampanja temelji se na oglašavanju putem ključnih riječi visoke namjere. To znači da se oglasi prikazuju korisnicima koji već imaju jasnu potrebu za određenom uslugom, primjerice za čišćenjem stana, montažom namještaja ili hitnim dolaskom vodoinstalatera. Takav oblik oglašavanja posebno je prikladan za projekt ServiceLink jer omogućuje precizno ciljanje korisnika na lokalnom tržištu, uz racionalno korištenje budžeta.

Primjer Google Ads oglasa za projekt ServiceLink:

Naslov 1: Provjereni majstori u Zagrebu
Naslov 2: Naručite uslugu brzo i jednostavno

Naslov 3: ServiceLink – provjerene usluge na jednom mjestu

Opis oglasa:
Pronađite provjerene pružatelje kućnih i tehničkih usluga na jednom mjestu.
Brza registracija, jednostavna rezervacija i pouzdano korištenje platforme.

Oglas je oblikovan tako da naglašava glavne prednosti projekta: brzinu, sigurnost, provjerene izvođače i jednostavno korištenje. Osim toga, oglas korisnika usmjerava na konkretnu akciju, odnosno na posjet web stranici i registraciju. Uspješnost Google Ads kampanje pratila bi se kroz broj prikaza, broj klikova, stopu klikanja, broj registracija i trošak po konverziji.

5.4. Oglašavanje na društvenim mrežama

Oglašavanje na društvenim mrežama predstavlja drugi glavni plaćeni marketinški kanal projekta ServiceLink. Za ovu aktivnost predviđen je budžet od 300 EUR, a oglašavanje bi se provodilo u kontinuitetu, uz prosjek od tri objave tjedno. Kampanje bi se provodile putem kanala **Facebook,** Instagram i TikTok, dok bi se dodatna prisutnost održavala i kroz organske objave te komunikaciju s korisnicima.

Cilj oglašavanja na društvenim mrežama jest povećati prepoznatljivost platforme, približiti brend korisnicima i informirati ih o prednostima korištenja ServiceLinka. Za razliku od Google Ads kampanje, koja je usmjerena na korisnike s izravnom namjerom pretraživanja usluge, društvene mreže više služe za izgradnju interesa, povjerenja i dugoročnije vidljivosti projekta.

Oglašavanje bi uključivalo boostanje najboljih organskih objava, promociju jednostavnih vizuala i korištenje carousel oglasa u kojima bi se prikazivale različite kategorije usluga dostupne na platformi. Na taj način korisnicima bi se na pregledan i vizualno privlačan način predstavile glavne mogućnosti projekta, kao što su čišćenje, servis, montaža i hitne tehničke intervencije.

Primjeri promotivnih poruka na društvenim mrežama mogu biti:
„Trebate majstora bez dugog traženja? ServiceLink povezuje vas s provjerenim pružateljima usluga."
„Čišćenje, servis i montaža na jednom mjestu."
„Registrirajte se besplatno i brže pronađite uslugu koja vam treba."

Osim plaćenih oglasa, projekt uključuje i organske objave, e-mail marketing, promociju kroz studentske mreže, lokalne Facebook grupe i referral program. Time se omogućuje prisutnost na više komunikacijskih kanala, i to bez dodatnog povećanja troškova. Društvene mreže tako imaju važnu ulogu ne samo u oglašavanju, nego i u stvaranju zajednice korisnika, poticanju

interakcije i jačanju povjerenja u platformu.

5.5. Tablica marketinškog plana

	Oblik oglašavanja	Web adrese / kanali	Termini oglašavanja	Troško
1	Google Ads	ads.google.com	u kontinuitetu (12 mjeseci)	
2	Društvene mreže	facebook.com, instagram.com, tiktok.com	u kontinuitetu (3 objave tjedno)	
3	Email marketing	MailerLite (besplatni plan)	1–2 puta mjesečno	
4	Studentske mreže	WhatsApp grupe, fakultetske FB grupe	tjedno (prva 3 mjeseca)	
5	Lokalne Facebook grupe	„Zagreb majstori", „Prodaja stanova Zagreb"	tjedno	
6	Referral program	Vlastita platforma	kontinuirano	0 (popusti

Tablica 5.5. – Tablica marketinškog plana

6. DIGITALNO PLAĆANJE

6.1. Popis oblika digitalnog plaćanja

U projektu ServiceLink digitalno plaćanje predstavlja važan dio poslovnog modela jer korisnicima omogućuje jednostavno, brzo i sigurno podmirivanje usluga putem platforme. Budući da se cijeli proces pronalaska, naručivanja i korištenja usluge odvija online, logično je da se i plaćanje integrira u isti sustav kako bi korisničko iskustvo bilo što jednostavnije i učinkovitije.

Platforma ServiceLink predviđa više oblika digitalnog plaćanja kako bi se korisnicima omogućila fleksibilnost i prilagodba njihovim navikama. Različiti korisnici preferiraju različite načine plaćanja, pa je važno ponuditi više opcija koje će odgovarati i fizičkim osobama i poslovnim korisnicima. Uvođenjem više oblika digitalnog plaćanja platforma povećava svoju pristupačnost, olakšava završetak narudžbe i smanjuje mogućnost odustajanja korisnika u završnoj fazi procesa.

U projektu ServiceLink planirano je korištenje sljedećih oblika digitalnog plaćanja:

1. plaćanje debitnim i kreditnim karticama
2. plaćanje putem mobilnog bankarstva
3. plaćanje putem digitalnih novčanika
4. plaćanje putem internetskog bankarstva
5. plaćanje poslovnim računom za pravne osobe

Navedeni oblici plaćanja omogućuju da platforma bude prilagođena različitim skupinama korisnika, uz istodobno zadržavanje sigurnosti, jednostavnosti i brzine izvršenja transakcije.

6.2. Opis oblika digitalnog plaćanja

Digitalno plaćanje na platformi ServiceLink zamišljeno je kao siguran i pregledan proces koji korisnicima omogućuje završetak narudžbe bez dodatnih komplikacija. Prilikom odabira načina plaćanja važno je voditi računa o navikama korisnika, dostupnosti pojedinih rješenja na hrvatskom tržištu i jednostavnosti tehničke integracije u samu platformu. Iz tog razloga predviđeni su najčešći i najpraktičniji oblici digitalnog plaćanja koji se danas koriste u online poslovanju.

6.2.1. Oblik digitalnog plaćanja 1 - plaćanje debitnim i kreditnim karticama

Plaćanje debitnim i kreditnim karticama jedan je od najčešćih i najprihvaćenijih oblika digitalnog plaćanja. Na platformi ServiceLink korisnicima bi bilo omogućeno plaćanje usluga putem kartica kao što su Visa, Mastercard i Maestro. Ovakav način plaćanja za korisnike je poznat, jednostavan i brz, što ga čini vrlo važnim dijelom sustava.

Prednost kartičnog plaćanja je u tome što omogućuje trenutno izvršenje transakcije i automatsku potvrdu narudžbe. Korisnik nakon odabira usluge unosi podatke o kartici putem sigurnog sustava za online naplatu, a transakcija se izvršava odmah ili u vrlo kratkom roku. Time se ubrzava cijeli proces i pružatelju usluge daje potvrda da je narudžba valjana.

Za platformu ServiceLink kartično plaćanje ima dodatnu važnost jer djeluje profesionalno i pouzdano te povećava povjerenje korisnika u platformu. Ujedno omogućuje jednostavnije praćenje uplata, automatsko evidentiranje transakcija i smanjuje potrebu za ručnim obračunima.

6.2.2. Oblik digitalnog plaćanja 2 - plaćanje putem mobilnog

bankarstva

Plaćanje putem mobilnog bankarstva danas je vrlo rasprostranjen oblik digitalnog plaćanja, osobito među korisnicima koji svakodnevno koriste bankarske aplikacije na pametnim telefonima. U okviru platforme ServiceLink ovaj oblik plaćanja mogao bi se koristiti kao dodatna mogućnost za korisnike koji žele izvršiti uplatu izravno putem svoje bankovne aplikacije.

Kod ovakvog načina plaćanja korisnik bi nakon narudžbe dobio podatke za uplatu ili QR kod koji bi mogao skenirati u aplikaciji mobilnog bankarstva. Time bi se plaćanje izvršilo brzo i bez potrebe za ručnim prepisivanjem svih podataka. Takav način posebno je praktičan korisnicima koji ne žele unositi podatke o kartici ili više vole koristiti bankarske aplikacije kojima već vjeruju.

Prednost mobilnog bankarstva je visoka razina sigurnosti, budući da se transakcija potvrđuje unutar službene aplikacije banke. Osim toga, ovaj način plaćanja povećava broj korisnika koji mogu bez poteškoća završiti proces kupnje, što je važno za uspješno funkcioniranje platforme.

6.2.3. Oblik digitalnog plaćanja 3 - plaćanje putem digitalnih novčanika

Digitalni novčanici sve su češći oblik online plaćanja jer korisnicima omogućuju brzo izvršavanje transakcija bez ponovnog unosa podataka o kartici. U slučaju platforme ServiceLink, digitalni novčanici mogu predstavljati praktično rješenje za korisnike koji žele što jednostavnije i brže dovršiti plaćanje putem mobilnog uređaja ili računala.

Ovaj oblik plaćanja uključuje korištenje sustava kao što su Apple Pay, Google Pay ili slična rješenja, ovisno o tehničkim mogućnostima integracije. Prednost digitalnih novčanika je u tome što dodatno pojednostavljuju korisnički proces i smanjuju broj koraka potrebnih za završetak transakcije. To može pozitivno utjecati na korisničko iskustvo i smanjiti broj situacija u kojima korisnik odustane od plaćanja prije završetka narudžbe.

Za ServiceLink digitalni novčanici mogu biti posebno korisni kod mobilnog korištenja platforme, gdje korisnici očekuju brz i intuitivan proces plaćanja. Takav oblik plaćanja ujedno doprinosi modernom imidžu platforme i pokazuje da je projekt usklađen sa suvremenim trendovima digitalnog poslovanja.

6.2.4. Oblik digitalnog plaćanja 4 - plaćanje putem internetskog bankarstva

Plaćanje putem internetskog bankarstva predstavlja oblik digitalnog plaćanja koji je posebno pogodan za korisnike koji žele izvršiti uplatu izravno sa svog

transakcijskog računa putem računala ili mobilnog uređaja. U okviru platforme ServiceLink ovaj način može se ponuditi kao dodatna opcija korisnicima koji preferiraju bankovni prijenos umjesto kartičnog plaćanja.

Kod ovakvog modela korisniku se nakon potvrde narudžbe prikazuju svi podaci potrebni za uplatu, uključujući primatelja, iznos, poziv na broj i opis plaćanja. Na taj način korisnik može jednostavno izvršiti uplatu putem internetskog bankarstva bez dodatnih nejasnoća. Ovakav oblik plaćanja može biti posebno koristan i za korisnike koji žele zadržati veći pregled svojih uplata unutar bankarskog sustava.

Iako internetsko bankarstvo može biti nešto sporije od kartičnog plaćanja, ono i dalje predstavlja važnu opciju jer dio korisnika upravo taj način smatra najsigurnijim i najpreglednijim. Uvođenje takvog oblika plaćanja doprinosi fleksibilnosti platforme i omogućuje veću prilagodbu različitim navikama korisnika.

6.2.5. Oblik digitalnog plaćanja 5 - plaćanje poslovnim računom za pravne osobe

Za pravne osobe koje koriste platformu ServiceLink potrebno je omogućiti i oblik plaćanja prilagođen poslovnim korisnicima. Takav oblik plaćanja uključuje plaćanje poslovnim računom, odnosno bankovnim prijenosom na temelju računa ili ponude, što je uobičajena praksa kod tvrtki, ureda i drugih poslovnih subjekata.

Ovaj model posebno je važan za korisnike koji usluge koriste redovito, poput održavanja poslovnih prostora, čišćenja ureda ili servisa opreme. Poslovnim korisnicima važno je da imaju mogućnost zaprimanja računa, evidencije troškova i plaćanja putem službenih poslovnih kanala, a ne isključivo privatnim načinima plaćanja.

Za platformu ServiceLink ova opcija je korisna jer omogućuje lakši ulazak u B2B segment tržišta i stvara profesionalniji odnos s poslovnim korisnicima. Ujedno otvara mogućnost dugoročnije suradnje s tvrtkama koje usluge koriste redovito i u većem obujmu.

6.3. Blockchain tehnologija

Blockchain tehnologija trenutno nije nužan dio osnovnog poslovnog modela platforme ServiceLink, ali dugoročno može imati određenu primjenu u području sigurnosti, transparentnosti i praćenja transakcija. Riječ je o tehnologiji koja omogućuje pohranu podataka u decentraliziranom sustavu

zapisa, pri čemu se svaka transakcija evidentira na način koji je teško naknadno mijenjati ili brisati.

U kontekstu projekta ServiceLink blockchain bi se u budućnosti mogao koristiti za sigurnije bilježenje izvršenih transakcija, verifikaciju identiteta pružatelja usluga ili pohranu digitalnih potvrda o obavljenim uslugama i ocjenama korisnika. Time bi se mogla dodatno povećati transparentnost sustava i povjerenje među korisnicima i pružateljima usluga.

Primjerice, blockchain bi mogao omogućiti da se podaci o verifikaciji pružatelja usluga, završenim edukacijama ili potvrđenim recenzijama pohranjuju u obliku digitalno provjerljivih zapisa. To bi moglo biti korisno u slučaju platformi koje žele dodatno naglasiti sigurnost i vjerodostojnost informacija prikazanih korisnicima.

Ipak, u sadašnjoj fazi razvoja projekta blockchain tehnologija ne predstavlja prioritet jer bi njezina implementacija povećala tehničku složenost i troškove razvoja sustava. Za početnu verziju platforme prikladnije je osloniti se na provjerena i jednostavnija rješenja za digitalno plaćanje i zaštitu podataka. Unatoč tome, blockchain ostaje potencijalna tehnologija za budući razvoj projekta, osobito ako platforma s vremenom proširi opseg poslovanja i uvede složenije sigurnosne ili transakcijske funkcije.

7. SWOT ANALIZA PROJEKTA

Snage	**Slabosti**
- jasno definirana problemska domena projekta - jednostavno, brzo i pregledno korištenje usluge - privlačenje korisnika i pružatelja usluga i verifikacija korisnika - mogućnost online naručivanja i digitalnog plaćanja - neprepoznatljivost brenda	- nedostatak korisničke podrške - ograničeni operativni resursi u početnoj fazi - potreba za integraciji stabilnih digitalnih tehnologija
Prilike	**Prijetnje**
- rast korištenja digitalnih usluga i online plaćanja - proširenje broja kategorija usluga - suradnja s partnerima i dodatni izvori prihoda	- nestabilno tržište i sporije prihvaćanje platforme od strane pružatelja usluga - sigurnosni i regulatorni rizici - gospodarska nestabilnost i pad potražnje

8. WEB MJESTO PROJEKTA

8.1. Web poslužitelji i domene

8.1.1. Web poslužitelji projekta

Web poslužitelj (engl. *web server*) je sustav koji omogućuje rad web stranica i web aplikacija na internetu. Njegova glavna uloga je da zaprima zahtjeve korisnika putem web preglednika te im vraća traženi sadržaj, odnosno web stranice i podatke koji se nalaze na poslužitelju.

U projektu ServiceLink web poslužitelj je važan jer omogućuje normalno funkcioniranje cijele platforme. Putem njega korisnici mogu pristupiti web stranici, pregledavati usluge, registrirati se, pretraživati pružatelje usluga te slati narudžbe i upite. Također, web poslužitelj omogućuje i spremanje i dohvat podataka kao što su korisnički profili, usluge, narudžbe i ocjene.

Za potrebe ovog projekta predviđa se korištenje cloud web hosting rješenja. Takav pristup znači da se podaci i aplikacija ne nalaze na lokalnom računalu, nego na udaljenim serverima kojima se pristupa putem interneta.

Prednosti cloud web poslužitelja u projektu ServiceLink su:

- stalna dostupnost web stranice (24/7)
- pristup platformi s različitih uređaja i lokacija
- sigurnije pohranjivanje podataka
- mogućnost lakog proširenja sustava ako broj korisnika raste
- manja potreba za održavanjem vlastite serverske opreme

Na ovaj način osigurava se stabilan i pouzdan rad platforme te brzo učitavanje i obrada korisničkih zahtjeva, što je važno za kvalitetno korisničko iskustvo.

8.1.2. Web domene projekta

Web domena je jedinstvena adresa na internetu putem koje korisnici pristupaju web stranici. Ona predstavlja identitet platforme i mora biti kratka, jasna i lako pamtljiva.

Za projekt ServiceLink planira se registracija domene servicelink.hr koja je glavna domena platforme i namijenjena je hrvatskom tržištu. Naziv domene direktno je povezan s nazivom projekta, što omogućuje lakše prepoznavanje i profesionalan izgled platforme.

Uz glavnu domenu, moguće je registrirati i dodatne domene za širenje poslovanja:

- servicelink.com (međunarodno tržište)
- servicelink.eu (tržište Europske unije)

Domena mora biti jednostavna, bez nepotrebnih znakova i lako zapamtljiva korisnicima, što doprinosi boljoj prepoznatljivosti platforme.

8.1.2.1. .hr domena

Nacionalna domena Republike Hrvatske predstavlja važno obilježje web stranica koje su usmjerene na hrvatsko tržište ili su registrirane u Hrvatskoj. Korištenje ove domene pridonosi većoj vjerodostojnosti i prepoznatljivosti web projekta te korisnicima daje osjećaj sigurnosti i lokalne prisutnosti.

U okviru projekta ServiceLink odabrana je domena servicelink.hr kao glavna domena, budući da je platforma primarno namijenjena korisnicima u Republici Hrvatskoj. Odabrani naziv direktno je povezan s imenom projekta,

što olakšava pamćenje i prepoznavanje platforme.

Domena će služiti kao osnovna internetska adresa putem koje će korisnici pristupati svim funkcionalnostima platforme ServiceLink.

8.1.2.2. Komercijalne domene

Komercijalne domene koriste se za proširenje digitalne prisutnosti i omogućuju pristup međunarodnom tržištu. One su posebno važne za projekte koji imaju potencijal rasta izvan granica jedne države.

U okviru ServiceLink projekta odabrana je domena servicelink.com kao komercijalna domena, kako bi se omogućilo širenje platforme na međunarodno tržište. U slučaju zauzetosti osnovne verzije domene, koristi se varijacija naziva koja zadržava prepoznatljivost brenda.

Ovakav pristup osigurava dugoročnu fleksibilnost i mogućnost razvoja platforme na širem tržištu.

8.2. CMS sustav

CMS je sustav za upravljanje sadržajem web stranica koji omogućuje njihovu izradu i uređivanje bez potrebe za naprednim programiranjem.

U projektu ServiceLink korišteni su alati Figma i Lovable. Figma je korištena za početno planiranje i dizajn korisničkog sučelja, dok je Lovable omogućio izradu i generiranje funkcionalnog web prototipa.

Ovi alati omogućili su brzu izradu strukture i dizajna web stranice te jednostavno prilagođavanje sadržaja i izgleda.

Prednosti korištenja Figma i Lovable alata su brza izrada rješenja, jasna vizualizacija dizajna, jednostavno uređivanje sadržaja, automatsko generiranje strukture stranice te responzivan dizajn prilagođen različitim uređajima.

8.2.1. Popis mogućih CMS sustava za projekt

Prilikom izrade projekta razmotreni su različiti CMS sustavi i platforme koje se koriste za izradu i upravljanje web sadržajem. Najpoznatiji CMS sustavi su:

1. WordPress
2. Wix
3. Squarespace
4. Joomla
5. Drupal
6. Webflow
7. Shopify
8. Google Sites
9. Weebly
10. Blogger

8.2.2. Opis CMS sustava projekta

U projektu ServiceLink korišteni su alati Figma i Lovable za izradu i oblikovanje web rješenja. Figma je korištena za početno planiranje i dizajn korisničkog sučelja, dok je Lovable korišten za izradu i razvoj funkcionalnog web prototipa.

Lovable omogućuje jednostavno kreiranje i prilagodbu web stranica te izradu preglednog i responzivnog dizajna bez potrebe za složenim tehničkim znanjem. Na taj način omogućena je brza i učinkovita izrada strukture i izgleda cijelog web projekta.

8.3. Web stranice projekta

Web stranice projekta ServiceLink osmišljene su kao pregledna i jednostavna platforma koja korisnicima omogućuje brzo pronalaženje i naručivanje različitih usluga. Struktura stranica prilagođena je korisničkom iskustvu te je organizirana tako da korisnik lako dolazi do željene informacije ili usluge.

Web mjesto sadrži osnovne informativne stranice (početna stranica, o nama, kontakt), kao i funkcionalne stranice za pregled usluga, naručivanje, registraciju korisnika te prijavu na newsletter. Poseban naglasak stavljen je na jednostavnu navigaciju i jasnoću sadržaja.

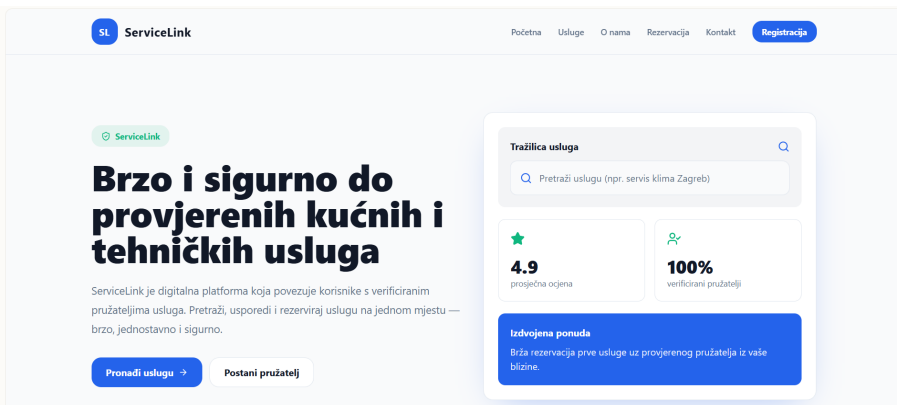
8.3.1. Struktura Web stranica projekta

Struktura Web stranica projekta ServiceLink osmišljena je tako da korisnicima omogućuje jednostavno snalaženje i brz pristup svim ključnim funkcionalnostima platforme. Web stranice su podijeljene na osnovni informativni dio te korisnički dio koji je dostupan nakon prijave ili registracije.

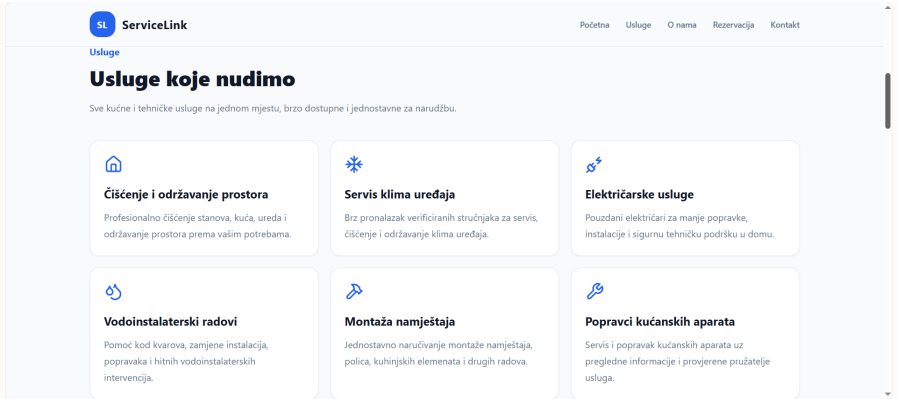
Osnovni dio web stranice sadrži stranice poput početne stranice, stranice s uslugama, o nama, kontakt stranice te stranice s informacijama o načinu rada platforme. Ovaj dio namijenjen je svim posjetiteljima i služi za upoznavanje s uslugom ServiceLink.

Korisnički dio stranice namijenjen je registriranim korisnicima te omogućuje pregled i rezervaciju usluga, unos narudžbi, upravljanje korisničkim profilom te pregled povijesti aktivnosti. Struktura je izrađena tako da bude pregledna, intuitivna i prilagođena različitim uređajima.

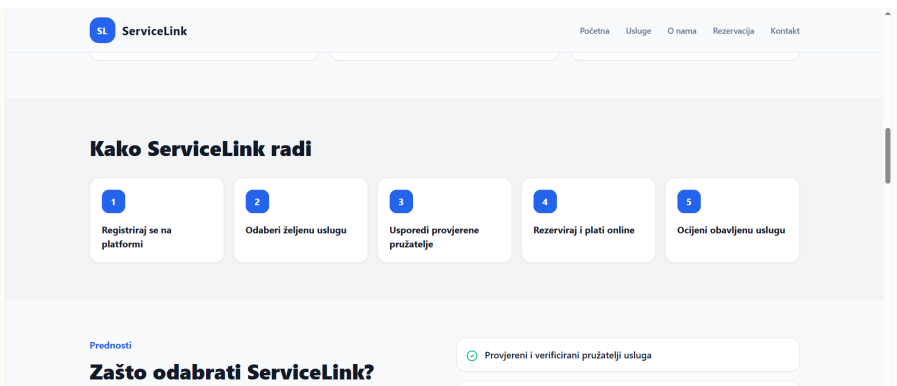
Slika 8.3.1 - Početna struktura web stranice ServiceLink



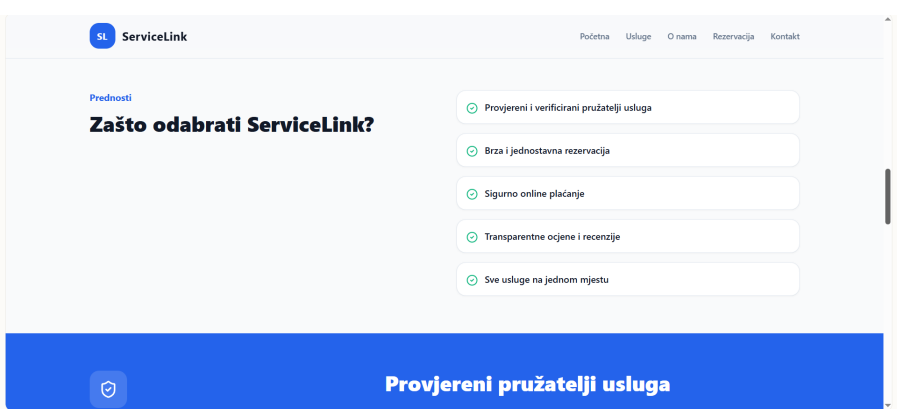
Slika 8.3.2 - Usluge koje nudimo


SL
ServiceLink
Početna
Usluge
O nama
Rezervacija
Kontakt
Usluge
Usluge koje nudimo
Sve kućne i tehničke usluge na jednom mjestu, brzo dostupne i jednostavne za narudžbu.
Čišćenje i održavanje prostora
Profesionalno čišćenje stanova, kuća, ureda i održavanje prostora prema vašim potrebama.
Servis klima uređaja
Brz pronalazak verificiranih stručnjaka za servis, čišćenje i održavanje klima uređaja.
Električarske usluge
Pouzdani električari za manje popravke, instalacije i sigurnu tehničku podršku u domu.
Vodoinstalaterski radovi
Pomoć kod kvarova, zamjene instalacija, popravaka i hitnih vodoinstalaterskih intervencija.
Montaža namještaja
Jednostavno naručivanje montaže namještaja, polica, kuhinjskih elemenata i drugih radova.
Popravci kućanskih aparata
Servis i popravak kućanskih aparata uz pregledne informacije i provjerene pružatelje usluga.

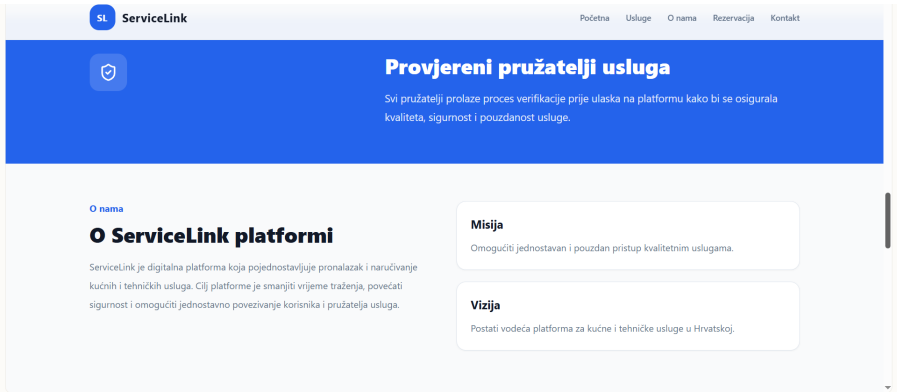
Slika 8.3.3. Kako ServiceLink radi



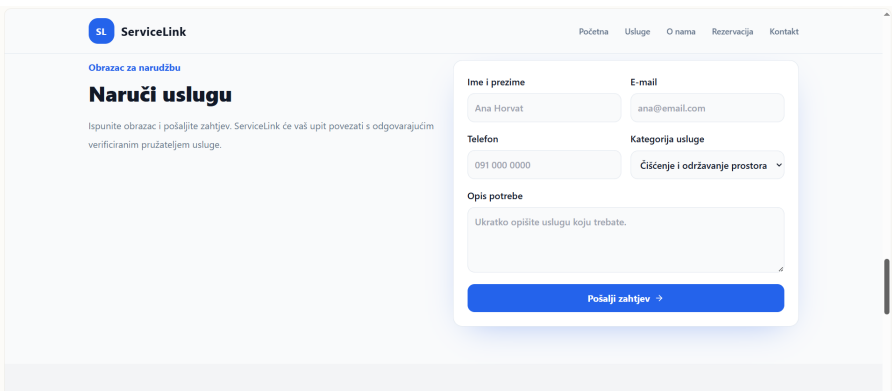
Slika 8.3.4 Zašto odabrati ServiceLink?



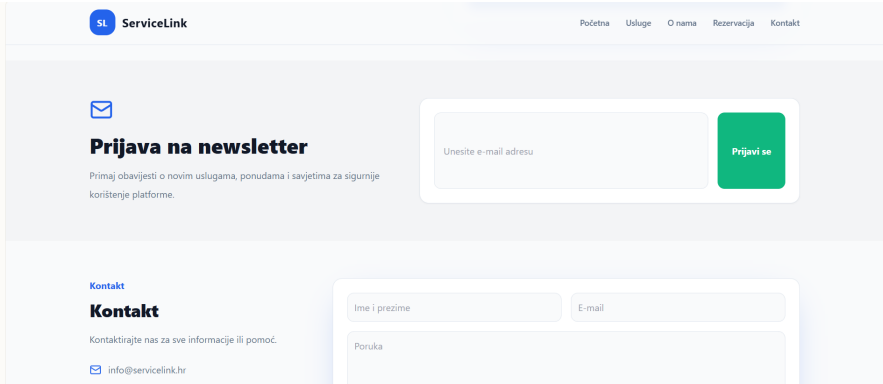
Slika 8.3.5 - Opis ServiceLink platforme


SL
ServiceLink
Početna
Usluge
O nama
Rezervacija
Kontakt
Provjereni pružatelji usluga
Svi pružatelji prolaze proces verifikacije prije ulaska na platformu kako bi se osigurala kvaliteta, sigurnost i pouzdanost usluge.
O nama
O ServiceLink platformi
ServiceLink je digitalna platforma koja pojednostavljuje pronalazak i naručivanje kućnih i tehničkih usluga. Cilj platforme je smanjiti vrijeme traženja, povećati sigurnost i omogućiti jednostavno povezivanje korisnika i pružatelja usluga.
Misija
Omogućiti jednostavan i pouzdan pristup kvalitetnim uslugama.
Vizija
Postati vodeća platforma za kućne i tehničke usluge u Hrvatskoj.

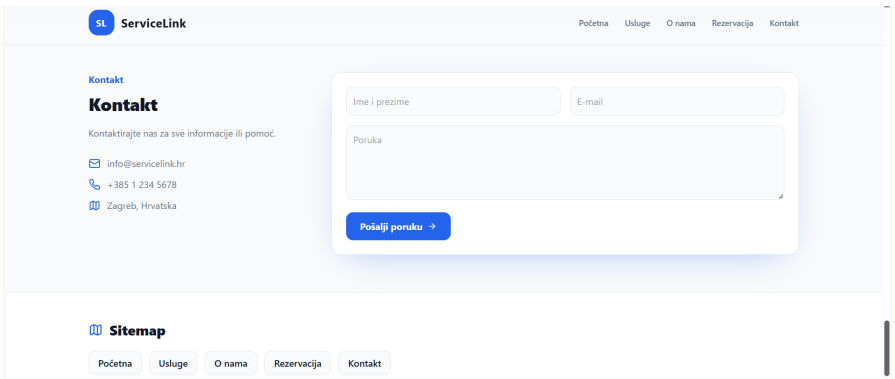
Slika 8.3.6 Obrazac za narudžbu usluge



Slika 8.3.7 - Prijava na newsletter



Slika 8.3.8 - Kontakt



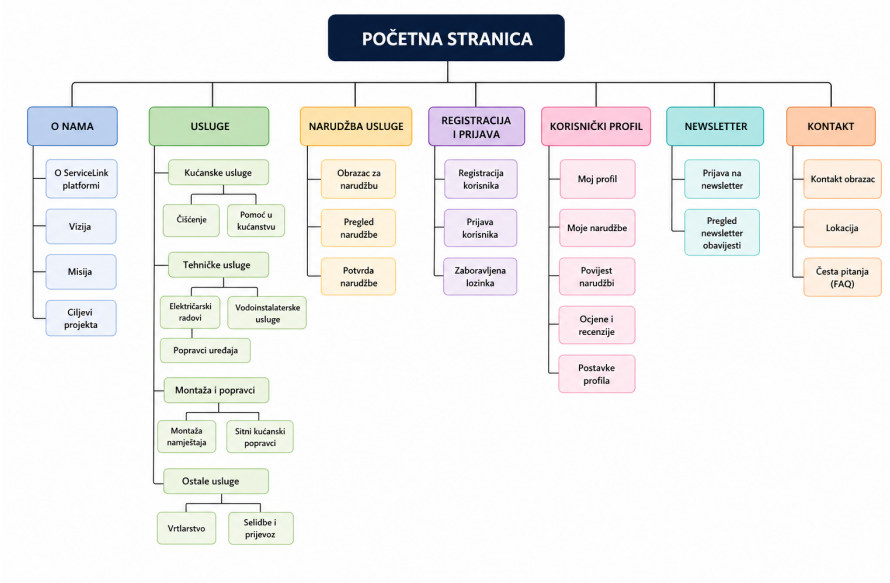
8.3.2. Mapa Web stranica projekta (Sitemap)

Mapa web stranica projekta ServiceLink izrađena je kako bi se jasno prikazala hijerarhijska struktura svih web stranica unutar platforme. Sitemap omogućuje jasan pregled sadržaja i pomaže u razumijevanju kako su pojedine stranice međusobno povezane.

Na vrhu strukture nalazi se početna stranica iz koje se dalje granaju glavne kategorije web mjesta, kao što su O nama, Usluge; Narudžba usluge, Registracija i prijava, Korisnički profil, Newsletter te kontakt. Svaka od navedenih kategorija sadrži dodatne podstranice koje prikazuju detaljnije informacije i funkcionalnosti platforme.

Hijerarhijska struktura web stranica projekta prikazana je na slici 8.3.9.

Slika 8.3.9 - Sitemap web stranica projekta ServiceLink



8.3.3. Opis strukture Web stranica projekta

Struktura web stranica projekta ServiceLink osmišljena je kao kombinacija informativnog i funkcionalnog dijela web mjesta. Takva organizacija omogućuje da platforma istodobno služi kao promotivna stranica, informacijski kanal i alat za naručivanje kućnih i tehničkih usluga.

Početna stranica, prikazana na Slici 8.3.1, ima funkciju glavne orijentacijske točke. Njezina je uloga korisnika odmah upoznati s osnovnom svrhom platforme i usmjeriti ga prema najvažnijim dijelovima stranice. Vizualni raspored početne stranice usmjeren je na jasnoću, preglednost i brzo donošenje odluke o daljnjem korištenju platforme.

Stranica s uslugama, prikazana na Slici 8.3.2, strukturirana je prema

kategorijama usluga. Takav pristup povećava preglednost i smanjuje vrijeme potrebno za pronalazak željene usluge. Korisnik ne mora samostalno pretraživati velik broj nepovezanih informacija, nego mu je ponuda organizirana na logičan i razumljiv način.

Stranica „Kako ServiceLink radi“, prikazana na Slici 8.3.3, ima važnu ulogu u objašnjavanju korisničkog procesa. Ona prikazuje osnovne korake korištenja platforme, od odabira usluge do narudžbe i komunikacije s pružateljem. Time se smanjuje nesigurnost korisnika i povećava povjerenje u korištenje digitalnog sustava.

Stranica „Zašto odabrati ServiceLink“, prikazana na Slici 8.3.4, usmjerena je na isticanje vrijednosti platforme. U ovom dijelu naglašavaju se elementi koji razlikuju ServiceLink od klasičnih načina traženja majstora, primjerice veća transparentnost, organiziranost, jednostavnost i pouzdanost.

Opis platforme, prikazan na Slici 8.3.5, dodatno objašnjava svrhu projekta i način na koji ServiceLink povezuje korisnike s pružateljima usluga. Ovaj dio ima komunikacijsku ulogu jer korisniku približava cjelokupni koncept platforme i njezinu vrijednost.

Obrazac za narudžbu usluge, prikazan na Slici 8.3.6, predstavlja najvažniji funkcionalni element web mjesta. Kroz njega korisnik unosi potrebne podatke i pokreće proces naručivanja usluge. Zbog toga je ovaj dio posebno važan za ostvarivanje glavne svrhe platforme.

Stranica za prijavu na newsletter, prikazana na Slici 8.3.7, omogućuje izgradnju dugoročnog odnosa s korisnicima. Putem newslettera korisnici mogu primati obavijesti, novosti i promotivne ponude, što doprinosi zadržavanju korisnika i jačanju povezanosti s platformom.

Kontakt stranica, prikazana na Slici 8.3.8, završni je dio strukture web mjesta i omogućuje korisnicima dodatnu komunikaciju s timom ServiceLinka. Time se povećava dostupnost podrške i stvara dodatni osjećaj sigurnosti.

Ukupna struktura web stranica projekta ServiceLink oblikovana je prema načelima jednostavne navigacije, preglednosti i korisničke usmjerenosti. Svaka stranica ima jasno definiranu svrhu, a zajedno čine povezanu cjelinu koja korisnika vodi od upoznavanja s platformom do konkretne narudžbe usluge.

9. ZAKLJUČAK

Projekt ServiceLink predstavlja suvremeno digitalno rješenje koje odgovara na stvarne potrebe korisnika na tržištu kućnih i tehničkih usluga. Analizom postojećeg stanja utvrđeno je da je tržište često neorganizirano, nepregledno i nesigurno, što korisnicima otežava pronalazak pouzdanih pružatelja usluga. Upravo u tom segmentu ServiceLink donosi značajnu dodanu vrijednost kroz objedinjavanje cijelog procesa na jednoj digitalnoj platformi.

Kroz rad je prikazan cjelovit poslovni model koji uključuje povezivanje korisnika i pružatelja usluga, sustav pametnih preporuka, digitalno plaćanje, ocjenjivanje te dodatne funkcionalnosti poput personalizacije i analitike. Poseban naglasak stavljen je na sigurnost, transparentnost i jednostavnost korištenja, što predstavlja ključnu konkurentsku prednost u odnosu na postojeća rješenja na tržištu.

Analizirani su i ključni elementi digitalnog poslovanja, uključujući tehnologije poput računarstva u oblaku, umjetne inteligencije i mobilnih aplikacija, koje omogućuju stabilan i skalabilan razvoj platforme. Također, razrađen je model prihoda koji osigurava dugoročnu održivost projekta, uz relativno niske početne troškove i postupni rast poslovanja.

Financijska analiza pokazuje da projekt u početnoj fazi zahtijeva određena ulaganja, ali dugoročno ima potencijal ostvarivanja dobiti i stabilnog rasta. SWOT analiza dodatno potvrđuje da projekt ima snažne prednosti i značajne prilike na tržištu, uz određene izazove poput konkurencije i potrebe za kontinuiranim razvojem.

Zaključno, ServiceLink ima potencijal postati prepoznatljiva i pouzdana platforma na tržištu digitalnih usluga. Njegova vrijednost proizlazi iz kombinacije tehnologije, jednostavnosti korištenja i stvarnog rješavanja problema korisnika. Daljnji razvoj projekta ovisit će o uspješnoj implementaciji, privlačenju korisnika i pružatelja usluga te kontinuiranom prilagođavanju tržišnim potrebama.

10. POPIS LITERATURE

Eurostat. (2025). *Online shopping in the EU keeps growing.*

Nexi Croatia. (2026). *Payment Report Croatia 2025: Kako Hrvati danas kupuju i plaćaju.*

Amazon Web Services. (2026). *What is Cloud Computing?*

Google Marketing Platform. (2026). *Google Analytics – Analytics Tools & Solutions for Your Business.*

Meta Platforms. (2026). *Meta for Business.*

CorvusPay. (2026). *Online i mobilna plaćanja.*

Infinum. (2026). *Digital product development services.*

Plus Hosting. (2026). *Web hosting usluge.*

Njuškalo. (2026). *Usluge.*

MojMajstor. (2026). *Trebate majstora?*

TvojMajstor. (2026). *Kućni majstor.*

Index Oglasi. (2026). *Usluge.*

Google. (2026). *Google Maps.*

Facebook. (2026). *Facebook platforma.*

11. POPIS WEB LINKOVA

https://www.njuskalo.hr/

https://tvojmajstor.hr/kucni-majstor/?gad_source=1&gad_campaignid=21118718144&gbraid=0AAAAAp-VT4vWWL8m1SHrqrhd96OkKnJXK&gclid=CjwKCAjwzLHPBhBTEiwABaLsSsaFp16PDc9xiIOBoCtWAQAvD_BwE

https://www.facebook.com/?locale=hr_HR

https://www.index.hr/oglasi/usluge/kuca-dom/pretraga?searchQuery=%7B%22category%22%3A%22kuca-dom%22%2C%22categoryLv1Ids%22%3A%5B%22df5765a1-949a-4d65-a05b-68bc279ea583%22%5D%2C%22module%22%3A%22usluge%22%7D

https://support.google.com/maps/?hl=hr#topic=3092425

https://aws.amazon.com/

https://infinum.com/

https://www.corvuspay.com/en/contact-us/

https://plus.hr/

https://developers.google.com/analytics

12. POPIS SLIKA I TABLICA

Popis slika:

Slika 4.1.4. - Prijava i registracija korisnika

Slika 4.1.5- Početna stranica nakon prijave

Slika 4.1.6. Prikaz dostupnih usluga

Slika 4.1.7 Informacije o ServiceLink-u

Slika 4.1.8- Recenzija korisnika

Slika 4.2.1. - Facebook profil ServiceLink-a

Slika 4.2.2. - Twitter (X) profil ServiceLink-a

Slika 4.2.3. - Tiktok profil ServiceLink-a

Slika 4.2.4. - Instagram profil ServiceLink-a

Slika 4.2.5. - LinkedIn profil ServiceLink-a

Slika 8.3.1 - Početna struktura web stranice ServiceLink

Slika 8.3.2 - Usluge koje nudimo

Slika 8.3.3 - Kako ServiceLink radi

Slika 8.3.4 - Zašto odabrati ServiceLink?

Slika 8.3.5 - Opis ServiceLink platforme

Slika 8.3.6 - Obrazac za narudžbu usluge

Slika 8.3.7 - Prijava na newsletter

Slika 8.3.8 - Kontakt

Slika 8.3.9 - Sitemap web stranica projekta

Popis tablica:

Tablica 3.8.1. – Početni troškovi razvoja projekta

Tablica 3.8.2. – Mjesečni troškovi održavanja projekta

Tablica 5.5. – Tablica marketinškog plana

Michela Brešan

Datum rođenja: 03/10/2003
Državljanstvo: hrvatsko
Spol: Žensko

KONTAKT

Gornji Kono 25 B
20000 Dubrovnik, Hrvatska
(Kućna)

10000 Zagreb, Hrvatska
(Bulvanova 22)

michelabresan@gmail.com

(+385) 914487121

RADNO ISKUSTVO

Muller Dubrovnik, Hrvatska

Unapređivačica prodaje
15/06/2019 – 27/08/2019

Babić Dubrovnik, Hrvatska

Prodavačica u pekari
08/07/2021 – 21/08/2021

H&M Dubrovnik, Hrvatska

Unapređivačica prodaje
03/07/2022 – 31/08/2022
- rad na blagajni
- prodaja i komunikacija s kupcima
- slaganje i organizacija robe
- održavanje urednosti prodajnog prostora

Kompas (turistička agencija) Dubrovnik, Hrvatska

Koordinatorica za shuttle bus
Koordinacija gostiju
- organizacija dolazaka i odlazaka gostiju
- evidencija gostiju pri dolasku i povratku
- davanje osnovnih informacija gostima

Tommy Dubrovnik, Hrvatska

Unapređivačica prodaje / slagačica
15/07/2023 – 25/08/2023

- rad na blagajni i komunikacija s kupcima
- rad u skladištu - organizacija i slaganje robe

Exclusive cars d.o.o Dubrovnik, Hrvatska

Administrativna referentica
15/07/2024 – 31/08/2024
- upravljanje rezervacijama i rad s gostima
- komunikacija s klijentima i pružanje informacija o vozilima i uvjetima najma
- obrada ugovora o najmu

Mandinus d.o.o Punat, Hrvatska

Administrativna podrška
06/05/2025 – 01/10/2025
- izrada i slanje ponuda za vinjete
- administrativna obrada i izdavanje ribolovnih dozvola
- komunikacija s klijentima putem e-maila
- izdavanje računa

OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

01/09/2018 – TRENUTAČNO Dubrovnik, Hrvatska

4 razreda ekonomske škole Ekonomska i trgovačka škola

Adresa Iva Vojnovića 12a, 20000, Dubrovnik, Hrvatska

01/09/2010 – 30/06/2018 Dubrovnik, Hrvatska

Stečeno osnovnoškolsko obrazovanje Osnovna škola Marina Držića

Adresa Volantina 6, 20000, Dubrovnik, Hrvatska

03/10/2022 – TRENUTAČNO Zagreb, Hrvatska

Studentica 4.godine sveučilišnog integriranog preddiplomskog i diplomskog studija Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

Internetske stranice https://www.efzg.unizg.hr/ | **Područje studija** Smjer Menadžerska informatika

JEZIČNE VJEŠTINE

MATERINSKI JEZIK/JEZICI: Hrvatski

Drugi jezici:

Englenski

Slušanje C1
Govorna produkcija B2
Čitanje B2
Govorna interakcija B2
Pisanje B2

Francuski

Slušanje A1
Govorna produkcija A1
Čitanje A1
Govorna interakcija A1
Pisanje A1

Razine: A1 i A2: temeljni korisnik; B1 i B2: samostalni korisnik; C1 i C2: iskusni korisnik

VJEŠTINE

MS Office (Word Excel PowerPoint) | Word | Drutvene mree | Timski rad | Prilagodljivost | Pristupacna | Komunikativna | Vozaka dozvola | Renteon | Microsoft Word | Sposobnost prilagodavanja promjenama | Strpljivost i ljubaznost u komunikaciji s kolegama | pomagati kupcima

13. ŽIVOTOPIS

europass

Leonarda Škarica

Date of birth: 12/08/2003 | **Nationality:** Croatian | **Gender:** Female | **Address:** Turanjska 7/3, Croatia (Home)

EDUCATION & TRAINING

03/10/2022 - Current - ZAGREB , CROATIA

DIPLOMSKI STUDIJ POSLOVNE EKONOMIJE - EKONOMSKI FAKULTET ZAGREB

Level in EQF: 6

WORK EXPERIENCE

01/10/2025 - CURRENT - ZAGREB, CROATIA

HUMAN RESOURCES ASSISTANT SUPERBET SERVICES D.O.O.

- Administrativna podrška HR odjelu (vođenje personalnih dosjea, evidencija odsutnosti, priprema osnovne dokumentacije)
- Ažuriranje podataka zaposlenika u sustavu i priprema podataka za obračun plaća
- Komunikacija sa zaposlenicima

01/05/2025 - 30/09/2025 - ZAGREB, CROATIA

CASHIER PLODINE D.O.O.

- Rad na blagajni i komunikaciju s kupcima
- Slaganje i dopuna robe na policama, briga o rokovima trajanja i urednosti prodajnog prostora

02/04/2024 - 16/10/2024 - ZAGREB, CROATIA

MERCHANDISER ITX HRVATSKA D.O.O.

- Noćno zaprimanje i razvrstavanje odjeće za skladište i prodavaonicu, priprema robe za izlaganje na prodajni prostor
- Organizacija skladišta i timski rad

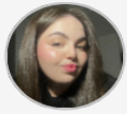
SKILLS

Microsoft Excel | Microsoft Word | Microsoft Powerpoint | Team-work oriented | Motivated

LANGUAGE SKILLS

Mother tongue(s): **CROATIAN**

	UNDERSTANDING		SPEAKING		WRITING
	Listening	Reading	Spoken production	Spoken interaction	
ENGLISH	C1	B2	B2	B2	B2
GERMAN	A2	A2	A1	A1	A1



Anamarija Cvetković

Osobna iskaznica: 119366819
Radna dozvola: hrvatsko
Datum rođenja: 11/09/2003
Mjesto rođenja: Zagreb, Hrvatska
Državljanstvo: hrvatsko

KONTAKT

VIII. Podbrežje 11,
10020 Zagreb, Hrvatska **(Kućna)**

ani.cvetic@gmail.com

(+385) 0913651323

europass

OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

2010 – 2018 Zagreb, , Hrvatska

Završeno osnovnoškolsko obrazovanje Osnovna škola Kajzerica

2018 – 2022 Zagreb, , Hrvatska

Završeno srednjoškolsko obrazovanje Prirodoslovna škola Vladimira Preloga – gimnazija

Internetske stranice https://www.psvprelog.hr/

2022 – TRENUTAČNO Zagreb, Hrvatska

Magistra ekonomije Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu – Poslovna ekonomija – smjer Menadžerska informatika

Internetske stranice https://www.efzg.unizg.hr/

JEZIČNE VJEŠTINE

MATERINSKI JEZIK/JEZICI: hrvatski

Drugi jezici:

Engleski

Slušanje B2
Govorna produkcija B2
Čitanje B2
Govorna interakcija B2
Pisanje B2

njemački

Slušanje A2
Govorna produkcija A2
Čitanje A2
Govorna interakcija A2
Pisanje A2

Razine: A1 i A2: temeljni korisnik; B1 i B2: samostalni korisnik; C1 i C2: iskusni korisnik

VJEŠTINE

MS OFFICE (MS Word; MS Excel; MS PowerPoint; MS Outlook; MS Teams) | Iskustvo u radu s podacima | Rad na računalu

KOMUNIKACIJSKE I MEĐULJUDSKE VJEŠTINE

Profesionalnost/radna etika | Odgovornost i organiziranost u radu | Brzo učenje i prilagodljivost novim radnim okruženjima | Timski rad | Empatija | Aktivno slušanje

RADNO ISKUSTVO

Müller Zagreb, Hrvatska

Rad u poslovnici Muller
06/2022 – 09/2022
– savjetovanje kupaca,
– praćenje inventara,
– obnavljanje zaliha,
– rad na blagajni

Amazinga Zagreb, Hrvatska

Rad na recepciji Amazinge
09/2022 – 09/2023
– vođenje evidencije o dolascima i odlascima posjetitelja,
– unos podataka o posjetiteljima,
– obrada rezervacija,
– izdavanje računa i naplata usluga,
– komunikacija s posjetiteljima putem e-maila i telefona.

Pepco Zagreb, Hrvatska

Rad u poslovnici Pepco
10/2023 – 01/2024
– savjetovanje kupaca,
– praćenje inventara,
– obnavljanje zaliha,
– rad na blagajni

Autoškola Kajzerica Zagreb, Hrvatska

Rad u Autoškoli Kajzerica - administracija
02/2024 – 01/2026
– upis novih kandidata i unos njihovih podataka u sustav,
– priprema i izdavanje ugovora,
– provjera i prikupljanje potrebne dokumentacije,
– koordinacija između predavača, instruktora i kandidata,
– prijava kandidata na ispite i vođenje evidencije o položenim ispitima,
– vođenje fizičke i digitalne matične knjige,
– slanje i primanje dokumentacije prema HAK-u,
– izdavanje računa, praćenje uplata kandidata, izvještavanje vodstva o stanju naplate,
– unos podataka u informacijski sustav autoškole,
– informiranje i dnevna komunikacija s kandidatima uživo, putem e-maila i telefona, rješavanje problema i nesporazuma.

Toyota Tsusho leasing Zagreb, Hrvatska

Rad u Toyota Tsusho leasing-u - administrativni poslovi u računovodstvu
02/2026 – Trenutačno
-knjiženje ulaznih računa te priprema dokumentacije za knjiženje
-administracija i kontrola osnovne računovodstvene dokumentacije (računi, ugovori, otpremnice, putni nalozi)
-usklađivanje kartica dobavljača i kupaca; praćenje otvorenih stavki
-priprema naloga za plaćanje i podrška u izvršenju plaćanja
-izrada i održavanje internih evidencija u Excelu (kontrolne liste, izvještaji)
-arhiviranje i digitalizacija dokumentacije; organizacija registratora i e-arhive

14. SAŽETAK

Ovaj rad obrađuje razvoj digitalne platforme ServiceLink, čija je osnovna svrha povezivanje korisnika s provjerenim pružateljima kućnih i tehničkih usluga. Projekt polazi od problema neorganiziranog tržišta usluga, gdje korisnici često gube vrijeme na traženje pouzdanih majstora putem oglasa, preporuka ili društvenih mreža. ServiceLink taj problem rješava objedinjavanjem pretrage, naručivanja, plaćanja i ocjenjivanja usluga na jednom mjestu.

U radu je prikazan cjelovit digitalni poslovni model platforme, uključujući ključne korisnike, partnere, aktivnosti, resurse, kanale poslovanja, strukturu troškova i modele stvaranja prihoda. Platforma donosi vrijednost korisnicima kroz jednostavnije i sigurnije naručivanje usluga, dok pružateljima usluga omogućuje veću vidljivost, lakši dolazak do klijenata i bolju organizaciju poslovanja.

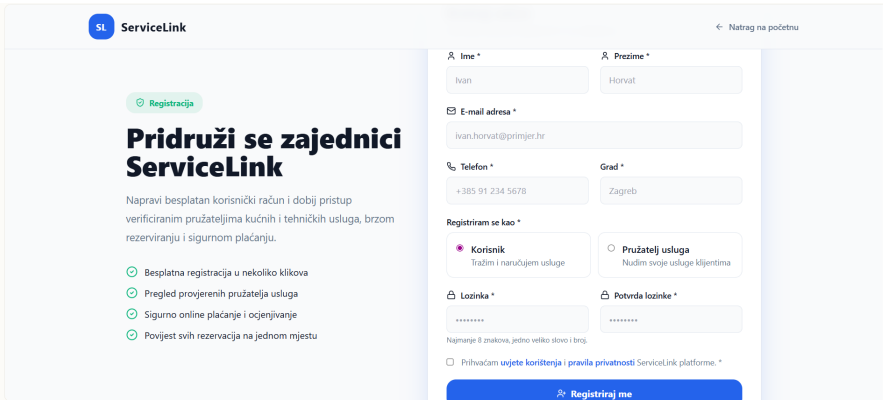
Poseban naglasak stavljen je na digitalne tehnologije koje podržavaju rad platforme, poput mobilne aplikacije, računarstva u oblaku, umjetne inteligencije, analize podataka i IoT tehnologije. Te tehnologije omogućuju personalizirane preporuke, sigurnu pohranu podataka, brže naručivanje i kvalitetnije korisničko iskustvo.

U radu su također analizirani digitalni marketing, digitalno plaćanje, konkurencija, SWOT analiza i web mjesto projekta. Analiza pokazuje da ServiceLink ima potencijal za razvoj jer odgovara na stvarne potrebe tržišta, no uspjeh projekta ovisit će o izgradnji povjerenja korisnika, privlačenju kvalitetnih pružatelja usluga i kontinuiranom unaprjeđenju platforme.

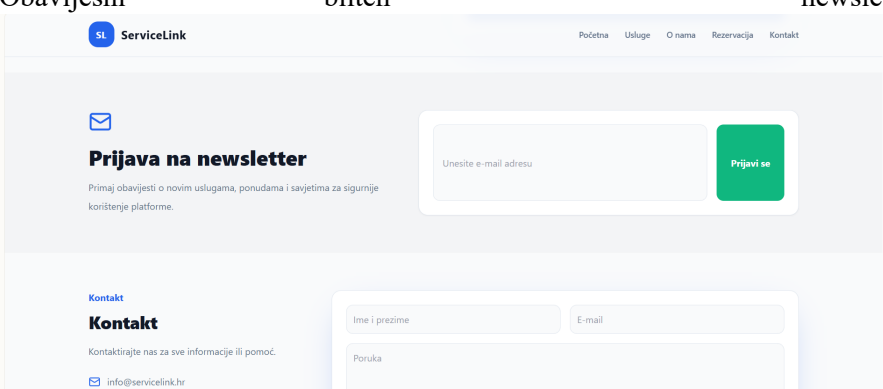
Zaključno, ServiceLink predstavlja praktično i inovativno digitalno rješenje koje može doprinijeti modernizaciji tržišta kućnih i tehničkih usluga u Hrvatskoj.

15. PRILOZI

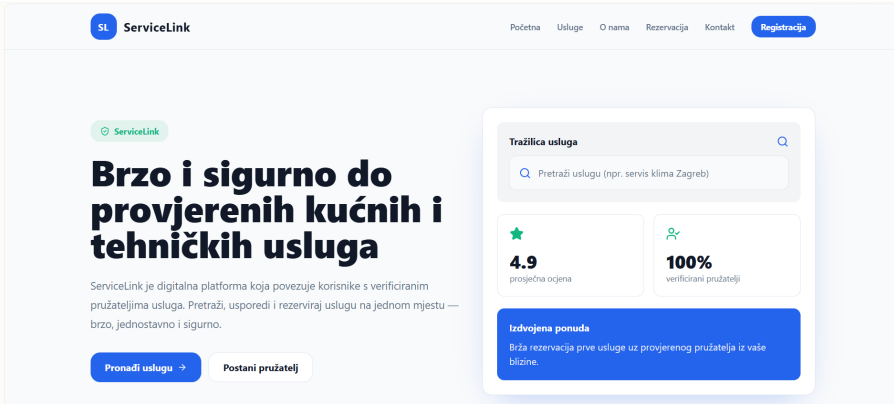
Registracijski obrazac za posjetitelje Web stranica

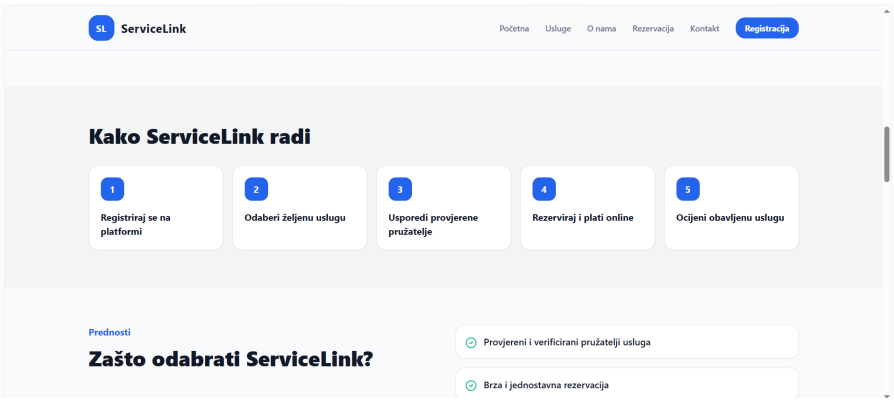


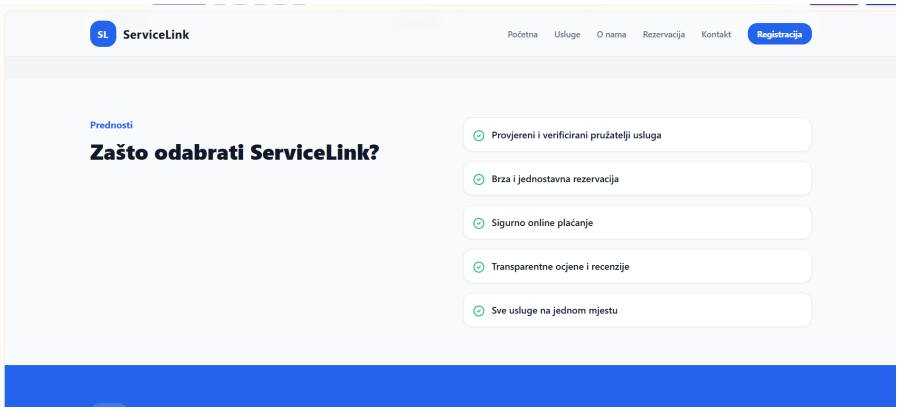
Obavijesni bilten – newsletter

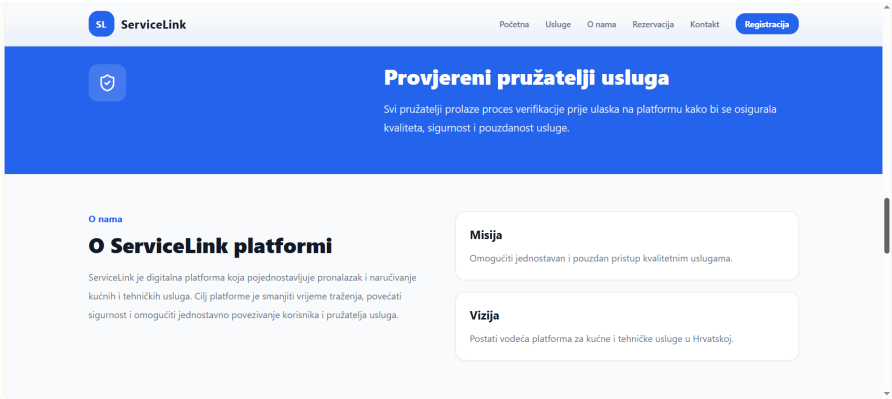


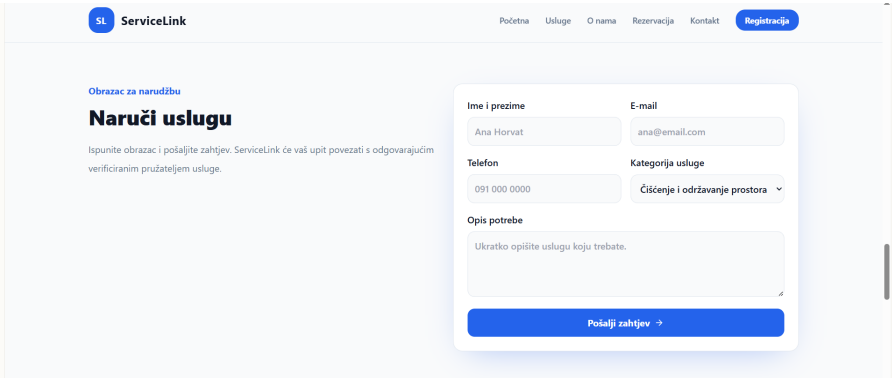
Ekranski prikazi (Screenshotovi) Web stranica projekta

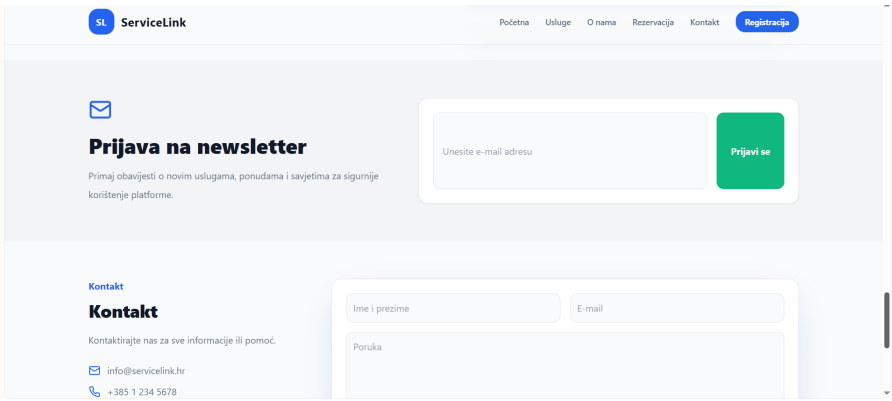

SL
ServiceLink
Početna
Usluge
O nama
Rezervacija
Kontakt
Registracija
ServiceLink
Brzo i sigurno do provjerenih kućnih i tehničkih usluga
ServiceLink je digitalna platforma koja povezuje korisnike s verificiranim pružateljima usluga. Pretraži, usporedi i rezerviraj uslugu na jednom mjestu — brzo, jednostavno i sigurno.
Pronađi uslugu →
Postani pružatelj
Tražilica usluga
Pretraži uslugu (npr. servis klima Zagreb)
4.9
prosječna ocjena
100%
verificirani pružatelji
Izdvojena ponuda
Brža rezervacija prve usluge uz provjerenog pružatelja iz vaše blizine.

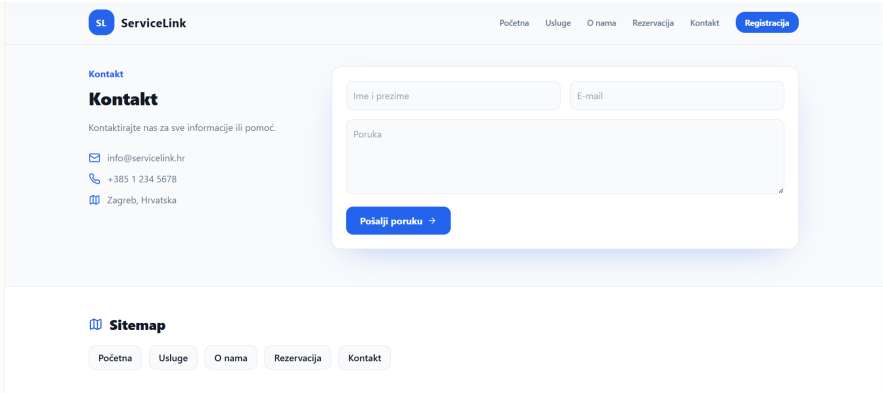

SL
ServiceLink
Početna
Usluge
O nama
Rezervacija
Kontakt
Registracija
Kako ServiceLink radi
1
Registriraj se na platformi
2
Odaberi željenu uslugu
3
Usporedi provjerene pružatelje
4
Rezerviraj i plati online
5
Ocijeni obavljenu uslugu
Prednosti
Zašto odabrati ServiceLink?
Provjereni i verificirani pružatelji usluga
Brza i jednostavna rezervacija


SL
ServiceLink
Početna
Usluge
O nama
Rezervacija
Kontakt
Registracija
Prednosti
Zašto odabrati ServiceLink?
Provjereni i verificirani pružatelji usluga
Brza i jednostavna rezervacija
Sigurno online plaćanje
Transparentne ocjene i recenzije
Sve usluge na jednom mjestu

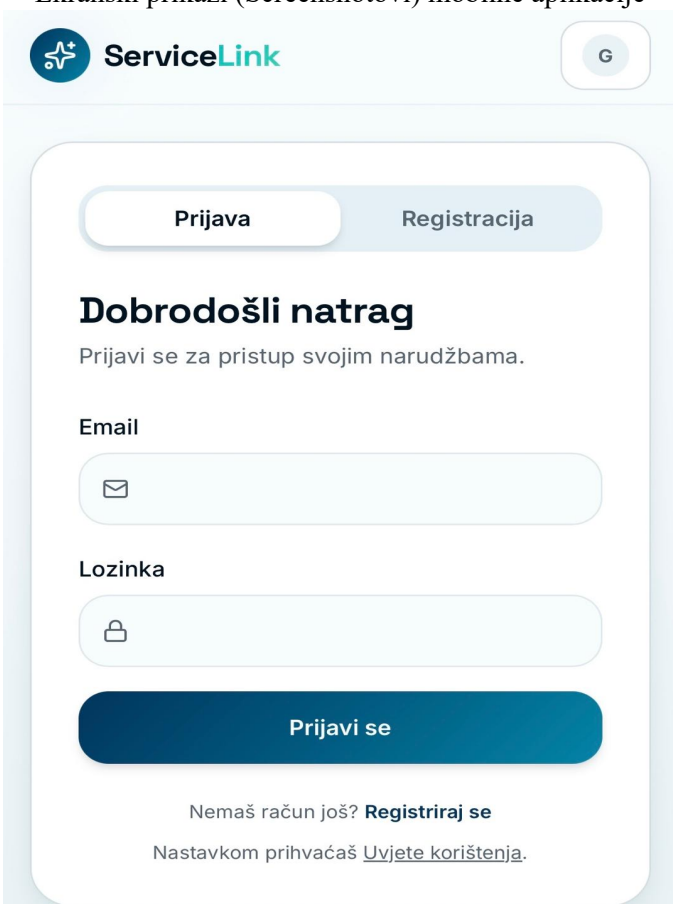

SL
ServiceLink
Početna
Usluge
O nama
Rezervacija
Kontakt
Registracija
Provjereni pružatelji usluga
Svi pružatelji prolaze proces verifikacije prije ulaska na platformu kako bi se osigurala kvaliteta, sigurnost i pouzdanost usluge.
O nama
O ServiceLink platformi
ServiceLink je digitalna platforma koja pojednostavljuje pronalazak i naručivanje kućnih i tehničkih usluga. Cilj platforme je smanjiti vrijeme traženja, povećati sigurnost i omogućiti jednostavno povezivanje korisnika i pružatelja usluga.
Misija
Omogućiti jednostavan i pouzdan pristup kvalitetnim uslugama.
Vizija
Postati vodeća platforma za kućne i tehničke usluge u Hrvatskoj.

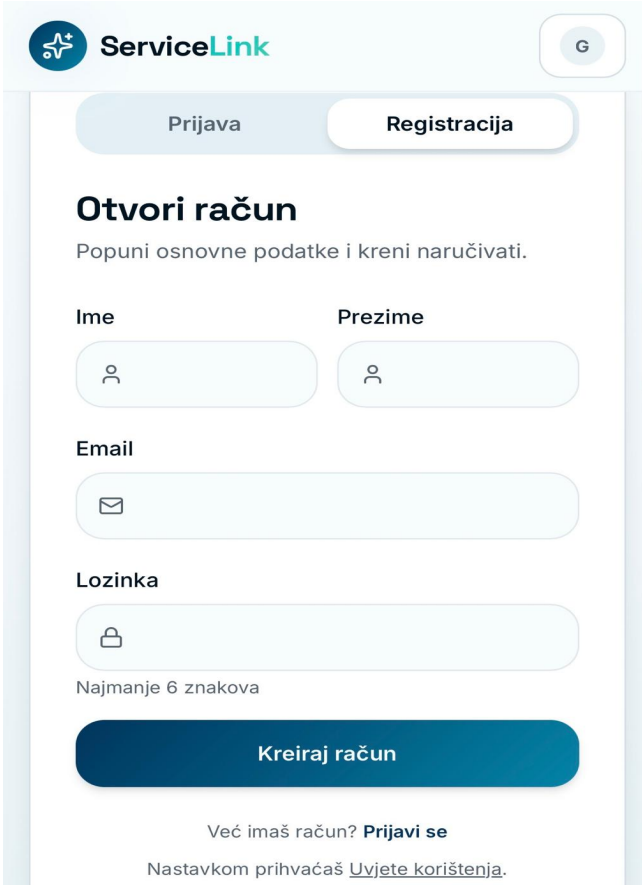

SL
ServiceLink
Početna
Usluge
O nama
Rezervacija
Kontakt
Registracija
Obrazac za narudžbu
Naruči uslugu
Ispunite obrazac i pošaljite zahtjev. ServiceLink će vaš upit povezati s odgovarajućim verificiranim pružateljem usluge.
Ime i prezime
Ana Horvat
E-mail
ana@email.com
Telefon
091 000 0000
Kategorija usluge
Čišćenje i održavanje prostora
Opis potrebe
Ukratko opišite uslugu koju trebate.
Pošalji zahtjev

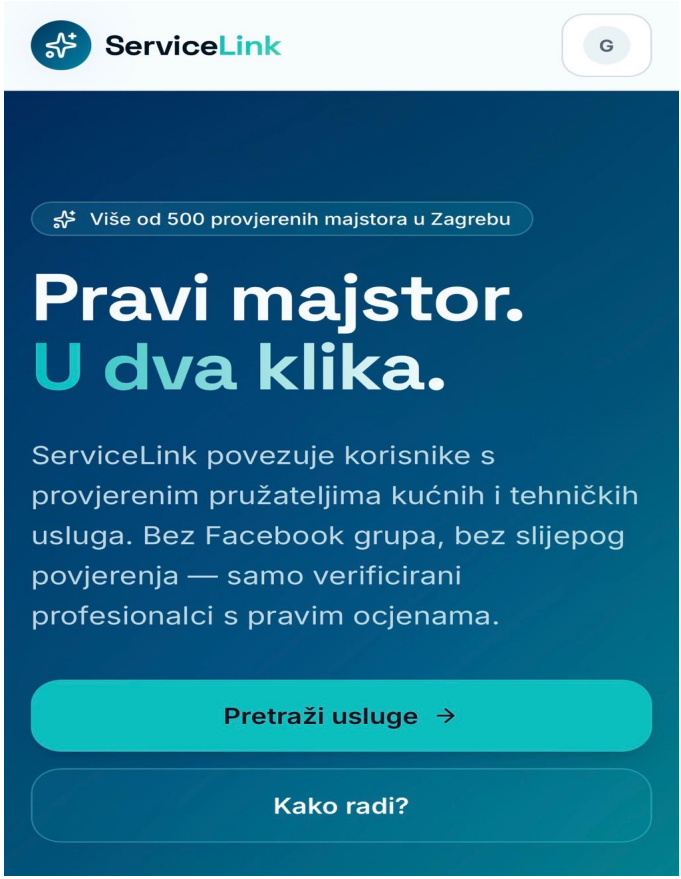

SL
ServiceLink
Početna
Usluge
O nama
Rezervacija
Kontakt
Registracija
Prijava na newsletter
Primaj obavijesti o novim uslugama, ponudama i savjetima za sigurnije korištenje platforme.
Unesite e-mail adresu
Prijavi se
Kontakt
Kontakt
Kontaktirajte nas za sve informacije ili pomoć.
info@servicelink.hr
+385 1 234 5678
Ime i prezime
E-mail
Poruka



Ekranski prikazi (Screenshotovi) mobilne aplikacije




ServiceLink
G
Prijava
Registracija
Otvori račun
Popuni osnovne podatke i kreni naručivati.
Ime
Prezime
Email
Lozinka
Najmanje 6 znakova
Kreiraj račun
Već imaš račun? Prijavi se
Nastavkom prihvaćaš Uvjete korištenja.


ServiceLink
G
Više od 500 provjerenih majstora u Zagrebu
Pravi majstor.
U dva klika.
ServiceLink povezuje korisnike s provjerenim pružateljima kućnih i tehničkih usluga. Bez Facebook grupa, bez slijepog povjerenja — samo verificirani profesionalci s pravim ocjenama.
Pretraži usluge →
Kako radi?

Tehničke usluge

Servis klima uređaja, računala i kućanskih aparata.

Servis klime | Popravak računala | Servis perilice

Pogledaj usluge →

Građevinske i montažne

Manji popravci, montaža namještaja, elektroinstalacije.

Montaža namještaja | Vodoinstalater | Električar

ServiceLink

G

TOP PRUŽATELJI

Najbolji u Zagrebu

Svi pružatelji →

MH

Marko Horvat

Vodoinstalater

Zagreb — Trešnjevka

Specijaliziran za hitne kvarove, instalacije i renovacije kupaonica. Radim brzo i čisto.

Hitne intervencije | Instalacije | Renovacija kupaonica

4.9 (187)

Slobodan danas

25€/h

12 god. iskustva

ServiceLink

G

KATEGORIJE

Sve što vam treba za dom

Od hitnog vodoinstalatera do dubinskog čišćenja — sve usluge raspoređene u četiri jasne kategorije.

Kućanske usluge

Čišćenje stanova, pranje tepiha, glačanje i sve za uredan dom.

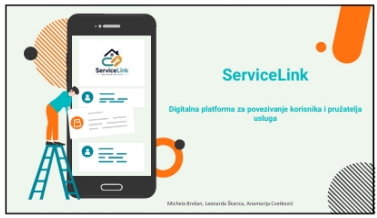
Čišćenje stana | Dubinsko čišćenje | Pranje tepiha

Pogledaj usluge →

KATEGORIJE

Sve što vam treba za dom

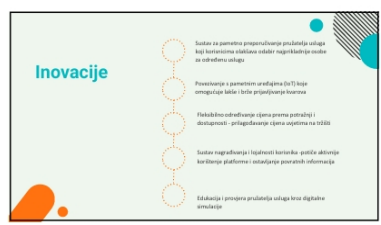
Od hitnog vodoinstalatera do dubinskog čišćenja — sve usluge raspoređene u četiri jasne kategorije.


ServiceLink
Digitalna platforma za povezivanje korisnika i pružatelja usluga
Michela Brnčan, Leonarda Škarica, Annemarija Cvetković

1.Uvod
Problem: Ljudi često gube vrijeme tražeći majstora – oglasnici su nepregledni, Facebook preporuke nepouzdane, a kvaliteta usluge neprovjerena.
Rješenje: ServiceLink je digitalna platforma koja na jednom mjestu povezuje korisnike s provjerenim pružateljima kućnih i tehničkih usluga.
Cilj rada: Pokazati kako digitalna platforma može unaprijediti tržište kroz transparentnost, sigurnost i jednostavnost korištenja.
Tržišni kontekst: Veliki broj građana Hrvatske kupuje online, a raste i potražnja za online naručivanjem usluga – idealno vrijeme za ServiceLink.

2.Opis projekta
ServiceLink povezuje korisnike s provjerenim pružateljima kućnih i tehničkih usluga
Usluge su grupirane u kategorije: kućanske, tehničke, građevinsko-montažne, dostava
Proces: registracija → pretraga → algoritam dodijeli pružatelja → narudžba i plaćanje → ocjenjivanje
Organizacija kroz faze:
1. Istraživanje i planiranje
2. Razvoj platforme (web, mobilna app, baza)
3. Testiranje i provjera kvalitete
4. Lansiranje i marketing
5. Daljnji razvoj temeljen na povratnim informacijama

Misija
Misija platforme ServiceLink je olakšati ljudima pronalazak pouzdanih majstora i usluga na jednom mjestu. Cilj je da korisnici brzo i jednostavno mogu pronaći provjerene pružatelje usluga bez gubljenja vremena na razne oglase i preporuke. Također, platforma pomaže pružateljima usluga da lakše dođu do novih klijenata i organiziraju svoje poslovanje.
Vizija
Vizija ServiceLinka je postati jedna od vodećih platformi za pronalazak kućnih i tehničkih usluga u Hrvatskoj. Cilj je razviti jednostavan i pouzdan sustav koji korisnicima omogućuje brzo pronalaženje kvalitetnih usluga, a pružateljima usluga stabilan i organiziran način dolaska do klijenata.


Inovacije
Sustav za pametno preporučivanje pružatelja usluga koji koristenjem slaščava odabir najprikladnije osobe za određenu uslugu
Povezivanje s pametnim uređajima (IoT) koje omogućuje lakše i brže prijavljivanje kvarova
Fleksibilno određivanje cijena prema potražnji i dostupnosti - prilagođavanje cijena svjetima na izlišti
Sustav nagrađivanja i igalnosti korisnika - potiče aktivnije korištenje platforme i ostavljanje povratnih informacija
Edukacija i provjera pružatelja usluga kroz digitalne simulacije

Ekranski prikazi tzv. Brošure

Konkurencija

- **Njuškalo** – najpoznatiji oglasnik, velik broj korisnika, ali nema provjere pružatelja niti strukturirane usporedbe
- **MujMajstor** – specijalizirana platforma, slanje upita i više ponuda, ali **proces zna trajati dulje** i nije uvijek jednostavan
- **Facebook grupe** – brzina i velik doseg, ali nepouzdane informacije, nema provjere, neorganizirano
- **Index Oglasi** – jednostavno korištenje, ali nema ocjenjivanja ni sigurnosnih mehanizama
- **Google Maps** – recenzije i lokacije, ali nema direktnog naručivanja ni cjelovitog procesa

Konkurentska prednost ServiceLinka

- Cjelovito rješenje na jednom mjestu
  Većina konkurenata rješava samo dio procesa (pronalazak majstora). ServiceLink objedinjuje pronalazak, usporedbu, naručivanje, plaćanje i ocjenjivanje
- Pametno preporučivanje (automatski)
  Korisnik ne mora ručno pretraživati i kontaktirati više majstora. Sustav sam predlaže najprikladnijeg pružatelja na temelju lokacije, ocjena, dostupnosti i vrste usluge
- Pružatelji prolaze proces provjere (verifikacija) - veća sigurnost i povjerenje
- Kvaliteta rada prati se kroz sustav ocjenjivanja i recenzija.
- Jednostavan tijek korištenja
  Od pronalaska usluge do naručivanja i ocjenjivanja - bez potrebe za korištenjem više različitih platformi ili izvora informacija

3. Digitalni poslovni model

- ServiceLink - digitalna posrednička platforma koja povezuje korisnike i pružatelje kućnih i tehničkih usluga
- Cijeli proces odvija se na jednom mjestu (pretraga, naručivanje, plaćanje i ocjenjivanje)
- Vrijednost modela je u jednostavnosti, sigurnosti i brzini pronalaska provjerenih usluga
- Platforma omogućuje učinkovitije povezivanje korisnika i pružatelja te transparentniji način odabira usluga

3.Digitalni poslovni model

Partneri i ključna uloga u razvoju i funkcioniranju platforme

- IT tvrtka zadužena za razvoj i održavanje platforme — Infinium
- Pružatelj cloud infrastrukture — AWS
- Sustav za online plaćanje — CorvusPay
- Pružatelj hostinga i domena — Plus Hosting
- Alati za analitiku i praćenje korisnika — Google analytics
- Pružatelji kućanskih i tehničkih usluga - temelj ponude platforme
- Marketinške agencije
- Digitalne platforme za oglašavanje
- Korisnička podrška
- Edukacijske platforme

Vrijednosti poslovnog modela

Za korisnike :
- Brzo i pristupačno pronalaženje usluga
- Cijeli proces na jednom mjestu
- Transparentnost, pouzdanost

Za pružatelje:
- Veća vidljivost i novi klijenti
- Lakše upravljanje poslovanjem
- Digitalizacija poslovanja

3. Digitalni poslovni model

Resursi - omogućuju razvoj, održavanje i rast poslovnog modela

- Ljudski resursi (IT, marketing, podrška)
- Tehnološki resursi (web stranica, aplikacija, server)
- Podaci korisnika i tržišta
- Financijski resursi
- Partnerski i resursi
- Brend ServiceLink

Glavne kategorije klijenata platforme ServiceLink:

- Fizičke osobe - vlasnici stanova i kuća
- Fizičke osobe - najmoprimci
- Pravne osobe - tvrtke i uredi
- Pružatelji usluga - pojedinci
- Pružatelji usluga - tvrtke, obrti

Kanali poslovanja:

- Web stranica
- Mobilna aplikacija
- Društvene mreže
- E-mail komunikacija
- Partnerske suradnje

3. Digitalni poslovni model

Početni troškovi

Stavka	Opis	Iznos (EUR)
Razvoj web platforme	Izrada sustava, baza podataka, osnovne funkcionalnosti	2.500
Dizajn i vizualni identitet	Logo, UI dizajn, grafički elementi	300
Domena, hosting i SSL	Registracija domene i osnovna sigurnost	200
Integracija plaćanja	Payment gateway i sigurnosne postavke	500
Marketing (početni)	Oglašavanje, vizuali, promocija	800
Ostali troškovi	Licence, sitne dorade, nepredviđeno	200
UKUPNO		**4.500 EUR**

3. Digitalni poslovni model

Mjesečni troškovi

Stavka	Opis	Iznos (EUR/mj)
Hosting i server	Održavanje infrastrukture	30
Tehnička podrška	Održavanje i manje nadogradnje	100
Digitalni marketing	Društvene mreže i oglasi	80
Administrativni troškovi	Alati, sitni operativni troškovi	40
CRM sustav (HubSpot CRM)	Odnos s klijentima	30
UKUPNO		280 EUR/mj

3. Digitalni poslovni model

Modeli stvaranja prihoda

Provizija po izvršenoj usluzi

- Glavni izvor prihoda platforme
- Postotak od svake izvršene usluge

Analitički izvještaji

- Prodaja anoniminiranih podataka
- Tržišna i poslovne analize
- Dodatni pasivni prihod

Pretplata pružatelja

- Mjesečna ili godišnja pretplata
- Dodatne funkcionalnosti i alati
- Veća vidljivost i profesionalni paket

Isticanje oglasa

- Plaćeno isticanje profila
- Bolja pozicija u pretragama
- Veća vidljivost usluga

Hitne usluge

- Dodatna naknada za hitne intervencije
- Prioritetna obrada zahtjeva
- Brža povezivanje korisnika i pružatelja

4.Digitalne tehnologije

Mobilno poslovanje ServiceLinka

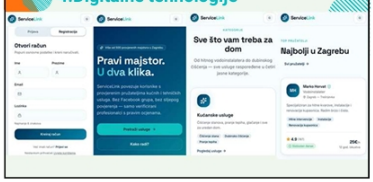
- Mobilna aplikacija omogućuje korisnicima brzo i jednostavno korištenje ServiceLink platforme
- Putem aplikacije korisnici mogu pretraživati usluge, naručiti termin, komunicirati s pružateljima usluga i izvršiti plaćanje
- Aplikacija je prilagođena svakodnevnom korištenju jer se usluga može naručiti bilo kada i s bilo koje lokacije
- Dodatne prednosti su push obavijesti, praćenje statusa narudžbe i jednostavnije ponovno naručivanje usluga

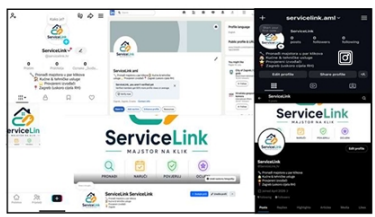
4.Digitalne tehnologije

Funkcionalnosti aplikacije i mobilno oglašavanje

- Registracija korisnika putem e-maila ili broja telefona
- Upravljanje korisničkim profilom, osobnim podacima i načinima plaćanja
- Pretraga usluga prema kategoriji, lokaciji ili cijeni
- Praćenje statusa narudžbe od prihvaćanja do završetka usluge
- Pregled povijesti usluga, ponovno naručivanje, ocjenjivanje i ostavljanje recenzija
- Dostupnost aplikacije za Android i iOS, uz besplatnu osnovnu verziju za korisnike
- Mobilno oglašavanje za promociju pružatelja usluga i ostvarivanje dodatnih prihoda platforme
- Prikaz oglasa kroz bannere, istaknute rezultate pretrage te obavijesti s ponudama i popustima
- Naplata oglašavanja po prikazima, po klikovima ili kroz mjesečni paket za veću vidljivost

4.Digitalne tehnologije





5. Digitalni marketing

Marketinški plan projekta

- Kombinacija plaćenih i besplatnih digitalnih aktivnosti
- Cilj je povećati vidljivost platforme, privući korisnike i pružatelje usluga te ostvariti prve narudžbe
- Promocija putem Google Ads kampanja, društvenih mreža, e-mail marketinga i referral programa
- Google Ads usmjeren je na korisnike koji aktivno pretražuju kućne i tehničke usluge
- Društvene mreže koristile se za oglase, objave i promociju vizualnog sadržaja
- Studentske mreže i lokalne Facebook grupe koriste se za organsko širenje informacija

Ključne riječi

- Ključne riječi usmjerene su na usluge koje korisnici najčešće traže.
- Naglasak je na pretragama vezanim uz Zagreb i kućnim/tehničkim uslugama
- Primjeri ključnih riječi su: majstor Zagreb, čišćenje stanova Zagreb, servis klima Zagreb, vodoinstalater Zagreb, električar Zagreb i naručivanje usluga online.

5. Digitalni marketing

Google Ads oglas

- Google Ads koristi se kao glavni plaćeni kanal za promociju platforme ServiceLink
- Za Google Ads kampanju predviđeno je 500 EUR tijekom 12 mjeseci
- Kampanja cilja korisnike koji aktivno pretražuju kućne i tehničke usluge, poput čišćenja, servisa klima uređaja, montaže namještaja i popravaka
- Oglas ističe brzinu, provjerene pružatelje usluga, jednostavno naručivanje i besplatnu registraciju.

Oglašavanje na društvenim mrežama

- Oglašavanje na društvenim mrežama drugi je glavni plaćeni kanal promocije ServiceLinka
- Za kampanju je predviđeno 300 EUR, uz prosjek od tri objave tjedno
- Promocija će se provoditi najviše putem Facebooka, Instagrama i TikToka, kroz plaćene oglase, vizualni sadržaj i redovite objave
- Cilj je povećati prepoznatljivost platforme, izgraditi povjerenje korisnika i prikazati usluge poput čišćenja, servisa, montaže i hitnih intervencija

5. Digitalni marketing

Tablica marketinškog plana

	Oblik oglašavanja	Web adrese / kanali	Vremenski oglašavanja	Troškovi (€) (€)	Opis oglašavanja
1	Google Ads	ads.google.com	x kontinuirano (12 mjeseci)	300	Oglas na ključne riječi: kvalitetan	
2	Društvene mreže	Facebook.com, Instagram.com, tiktok.com	x kontinuirano (3 objave tjedno)	300	Reklamiranje najboljih organskih objava, carousel oglasi
3	Email marketing	MailerLite (besplatni plan)	1, 2 puta mjesečno	0	Welcome email, podjetnik, win-back kampanja
4	Studentske mreže	WhatsApp grupe, fakultetsku FB grupu	tjedno (prva 3 mjeseca)	0	Viralno širenje putem studenata
5	Lokalne Facebook grupe	„Zagreb majstori", „Pretraja stanova Zagreb"	tjedno	0	Organske objave s poziwom na besplatnu registraciju
6	Referral program	Vlastita platforma	kontinuirano	0 (poguci za provizije)	Nagrađivanje korisnika koji dovode prijatelje

6. Digitalno plaćanje

- Praćenja važan dio poslovnog modela
- Korisnicima omogućuje jednostavno, brzo i sigurno plaćanje usluga putem platforme ServiceLink

Predviđeni oblici **digitalnog plaćanja** na ServiceLink platformi:

- **Debitne i kreditne kartice** - najčešći način plaćanja (Visa, Mastercard), trenutno izvršenje transakcije i automatska potvrda narudžbe
- **Mobilno bankarstvo** - uplata putem bankovne aplikacije ili QR koda, sigurno i brzo
- **Digitalni novčanici** - Apple Pay, Google Pay i sl. Brzo plaćanje bez unosa kartice
- **Internet bankarstvo** - uplata putem računa i naloga, sigurno ali sporije
- **Poslovni račun** - namijenjen pravnim osobama, važan za B2B segment

7. SWOT analiza

Snage	Slabosti	Prilike	Prijetnje
jednostavno, brzo i pregledno korištenje usluge	-početna nepreposnatljivost brenda	-potreba tržišta za sigurnijim i transparentnijim uslugama	-postojeća konkurencija i navike korisnika
-mogućnost online naručivanja i digitalnog plaćanja	-ovisnost o tehničkoj stabilnosti sustava	-rast korištenja digitalnih usluga i online plaćanja	-sporije prihvaćanje platforme od strane pružatelja usluga

8.Web mjesto projekta

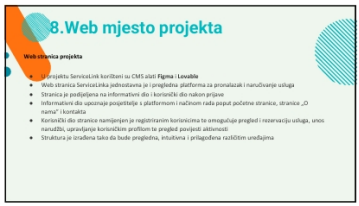
- Web mjesto omogućuje korisnicima pristup platformi

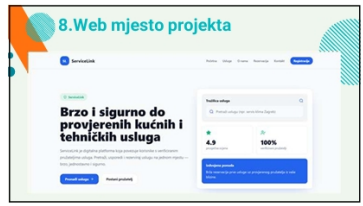
Prednosti cloud web poslužitelja:

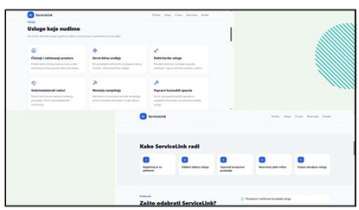
- Stalna dostupnost web stranice
- Pristup platformi s različitih uređaja i lokacija
- Sigurnije pohranjivanje podataka
- Lakše proširenje sustava
- Manja potreba za održavanjem vlastite serverske opreme

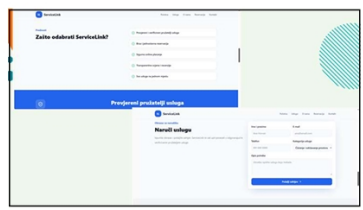
Domene:

- Glavna domena - servicelink.hr
- Dodatne domene - planirane globalne domene (.com ili.eu)


8.Web mjesto projekta
Web stranica projekta
U izradi projektu ServiceLink korišteni su CMS alati Figma i Lovable
Web stranica ServiceLinka jednostavna je i pregledna platforma za pronalazak i naručivanje usluga
Stranica je podijeljena na informativni dio i korisnički dio nakon prijave
Informativni dio upoznaje posjetitelje s platformom i načinom rada pajpot početne stranice, stranice „O nama" i kontakta
Korisnički dio stranice namijenjen je registriranim korisnicima te omogućuje pregled i rezervaciju usluga, unos narudžbi, upravljanje korisničkim profilom te pregled povijesti aktivnosti
Struktura je izrađena tako da bude pregledna, intuitivna i prilagođena različitim uređajima


8.Web mjesto projekta
Brzo i sigurno do provjerenih kućnih i tehničkih usluga


Usluge koje nudimo
Kako ServiceLink radi
Zašto odabrati ServiceLink?


Zašto odabrati ServiceLink?
Provjereni pružatelji usluga

8.Web mjesto projekta
Sitemap
Prikazuje hijerarhijsku strukturu web stranica
POČETNA STRANICA

9.Zaključak

Hvala na pažnji!
ServiceLink

Hvala na pažnji!
ServiceLink